

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

**CARRERA:
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Tesis previa a la obtención del título de: INGENIERAS COMERCIALES CON
ESPECIALIZACIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE
SERVICIOS EN IMPORTACIONES PARA EL SECTOR GRÁFICO DE LA
CIUDAD DE QUITO”**

AUTORAS:

CYNTIA DAYANARA CADENA POLANCO

TANIA GABRIELA GONZÁLEZ AGUILERA

DIRECTOR:

DIEGO FERNANDO YEPEZ BENALCAZAR

Quito, julio del 2014

**DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO DEL
TRABAJO DE TITULACIÓN**

Nosotros, autorizamos a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de titulación y su reproducción sin fines de lucro.

Además, declaramos que los conceptos y análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de las autoras.

Quito, julio del 2014

Cyntia Dayanara Cadena Polanco
1716752967

Tania Gabriela González Aguilera
1715235774

DEDICATORIA

Principalmente queremos dedicar este trabajo a Dios, por habernos regalado el don de la vida, por ser nuestra fortaleza y permitirnos haber llegado hasta este momento tan importante de nuestra formación profesional.

A nuestros esposos, ya que gracias a su paciencia y comprensión, prefirieron sacrificar su tiempo para que nosotros pudiéramos cumplir con nuestra responsabilidad académica.

A nuestros hijos, quienes han sido el motor e inspiración para que nosotros lleguemos a esta etapa de nuestras vidas.

A nuestros padres y hermanos, pues siempre estuvieron listos para brindarnos toda su ayuda, sin importar el tiempo ni el momento.

Con todo nuestro cariño, esta tesis se las dedicamos a ustedes.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos al Ing. Diego Yépez, por la dirección de este trabajo, es un docente con mucha calidad humana y comprometido con su labor al cien por ciento.

.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1	3
SITUACIÓN PROBLÉMICA	3
1.1. Diagnóstico de la situación	3
1.2. Contextualización e identificación del problema de investigación	5
1.2.1. El problema de investigación	5
1.2.2. Principales causas o efectos	6
1.3. Formulación del problema de investigación	6
1.4. Sistematización del problema de investigación	6
1.5. Objetivos	9
1.5.1. Objetivo general	9
1.5.2. Objetivos específicos.....	9
CAPÍTULO 2	10
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	10
2.1. Marco teórico	10
2.1.1. Imprenta	10
2.1.1.1. La imprenta en las ciudades de Ecuador	10
2.1.1.2. Impresión.....	10
2.1.1.3. Fases de la impresión	13
2.1.2. Concepción del proyecto	14
2.1.2.1. Factibilidad del proyecto	16
2.1.2.2. Estudio de factibilidad.....	16
2.1.2.3. Recursos de los estudios de factibilidad.....	17
2.1.2.4. Metodología	18
2.1.2.5. Población.....	18
2.1.2.6. Muestra.....	19
2.1.3. Comercio exterior.....	19
2.1.3.1. Importaciones	19

2.1.3.2.	Requisitos para importar	19
2.1.3.3.	Restricciones de un producto a importar	20
2.1.3.4.	Desaduanización de la mercadería	20
2.1.3.5.	Preferencias arancelarias	20
2.1.3.6.	Incoterms	21
2.2.	Marco de referencia.....	22
2.2.1.	Antecedentes de la industria gráfica.....	22
2.2.2.	Influencias macroambientales	27
2.2.2.1.	Inversión extranjera directa	28
2.2.3.	Factor económico	29
2.2.3.1.	Inflación	31
2.2.3.2.	Canasta básica vital	33
2.2.3.3.	Salario nominal	34
2.2.3.4.	Producto interno bruto (PIB).....	35
2.2.3.5.	Índice de precios al consumidor (IPC)	37
2.2.4.	Factor social	38
2.2.4.1.	Demografía y sociedad.....	38
2.2.4.2.	Población urbana y las principales ciudades	39
2.2.4.3.	Pobreza nacional	40
2.2.4.4.	Mercado laboral.....	40
2.2.4.5.	Población activa (total, por sectores, desempleo)	41
2.2.5.	Factor tecnológico	43
2.2.6.	Fundamentos asociativos.....	47
2.2.7.	Economía social y solidaria.....	47
2.2.7.1.	Principios de la economía social y solidaria	49
2.2.8.	Proyecto asociativo	50
2.2.8.1.	Gremios y asociaciones en Latinoamérica	52
2.2.8.2.	Caso Colombia – Andigraf.....	53
2.3.	Marco legal.....	54
2.3.1.	Normativa aduanera	54
2.3.1.1.	Tributos del comercio exterior	56

2.3.2.	Normativa internacional	57
CAPÍTULO 3		60
MARCO METODOLÓGICO		60
3.1.	Tipo de investigación.....	60
3.1.1.	Investigación descrita y explicativa	60
3.2.	Diseño de la investigación.....	60
3.2.1.	Métodos de investigación.....	60
3.3.	Población y muestra	62
3.3.1.	Población.....	62
3.3.2.	Muestra.....	63
3.3.2.1.	Mercado objetivo.....	65
3.3.2.2.	Tratamiento estadístico	65
3.3.3.	Tipo de muestreo	65
3.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	66
3.5.	Técnicas de procesamiento y análisis de datos	66
3.5.1.	Diagrama de pastel	67
3.5.2.	Formato de encuesta.....	67
CAPÍTULO 4		68
PROPUESTA Y RESULTADOS		68
4.1.	Estudio de mercado	68
4.1.1.	Análisis de la demanda del mercado objetivo	68
4.1.2.	Análisis de la oferta y condiciones de la competencia.....	80
4.1.3.	Estrategias de mercadeo	82
CAPÍTULO 5		88
ESTUDIO TÉCNICO		88
5.1.	Estudio técnico	88
5.1.1.	Determinación del tamaño del proyecto.....	88
5.1.2.	Localización del proyecto	89
5.1.2.1.	Macro localización	89
5.1.2.2.	Micro localización.....	90
5.1.3.	Ingeniería del proyecto.....	92

5.1.4.	Instalaciones y obras civiles	98
5.1.5.	Organización y administración.....	99
CAPÍTULO 6		105
ESTUDIO FINANCIERO		105
6.1.	Estudio financiero	105
6.1.1.	Inversiones	105
6.1.2.	Costos de producción y operación	109
6.1.3.	Punto de equilibrio	112
6.1.4.	Financiamiento de costo e inversiones.....	114
6.1.5.	Flujo de caja del inversionista.....	116
6.1.6.	Indicadores de evaluación financiera	118
CAPÍTULO 7		123
EVALUACIÓN SOCIAL Y AMBIENTAL		123
7.1.	Beneficios e impactos sociales	123
7.2.	Impacto ambiental	123
7.3.	Remediación ambiental	123
CAPÍTULO 8		125
DISCUSIÓN DE RESULTADOS		125
8.1.	Resultados y hallazgos en relación a los objetivos	125
8.2.	Resultados y hallazgos en relación al marco teórico.....	125
8.3.	Resultados y hallazgos en relación a estudios similares	126
CONCLUSIONES		127
RECOMENDACIONES		128
LISTA DE REFERENCIAS		129
ANEXOS		136

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Detalle de importación de cartulina estucada en Ecuador	23
Tabla 2. Tamaño de empresas por consumo de papel	24
Tabla 3. Nivel de ingresos generados por sectores que insumen actividades de impresión. 31	
Tabla 4. Variación de la inflación acumulada, referencia mes de enero	32
Tabla 5. Canasta básica vital	33
Tabla 6. Variación salario nominal	34
Tabla 7. Variación anual del crecimiento del PIB.....	36
Tabla 8. PIB en millones de dólares	37
Tabla 9. Variación índice de precios al consumidor -IPC anual, referenciales de enero	37
Tabla 10. Principales etnias	39
Tabla 11. Población urbana y las principales ciudades	40
Tabla 12. Inversión en IyD, en % del PIB.....	43
Tabla 13. Posición competitiva del factor tecnológico.....	46
Tabla 14. Segmentación del proyecto.....	63
Tabla 15. Pregunta 1	72
Tabla 16. Pregunta 2	72
Tabla 17. Pregunta 3	73
Tabla 18. Pregunta 6	74
Tabla 19. Pregunta 7	74
Tabla 20. Pregunta 8	75
Tabla 21. Pregunta 9	75
Tabla 22. Pregunta 10	76
Tabla 23. Pregunta 11	76
Tabla 24. Pregunta 12	77
Tabla 25. Pregunta 13	77
Tabla 26. Pregunta 14.....	78
Tabla 27. Demanda actual	80
Tabla 28. Proyección de la demanda	80
Tabla 29. Adecuación del local	92
Tabla 30. Muebles y enseres.....	93

Tabla 31. Equipos de computación.....	93
Tabla 32. Equipos de oficina	94
Tabla 33. Vehículo	94
Tabla 34. Requerimientos de maquinaria y equipo	96
Tabla 35. Programa de producción/servicio	97
Tabla 36. Gastos de adecuación	99
Tabla 37. Activos fijos	105
Tabla 38. Vehículos.....	105
Tabla 39. Muebles y enseres.....	106
Tabla 40. Equipos de oficina	106
Tabla 41. Equipos de computación.....	107
Tabla 42. Gastos de constitución.....	107
Tabla 43. Capital de trabajo inicial.....	108
Tabla 44. Inversión inicial	108
Tabla 45. Costo de servicio	109
Tabla 46. Seguros	109
Tabla 47. Depreciación.....	110
Tabla 48. Mantenimiento activos fijos	110
Tabla 49. Gastos administrativos	111
Tabla 50. Gastos de ventas	111
Tabla 51. Gastos financieros	111
Tabla 52. Presupuesto de egresos.....	112
Tabla 53. Estado fuentes y usos	114
Tabla 54. Tabla de amortización	115
Tabla 55. Balance de situación inicial	116
Tabla 56. Estado de resultados	117
Tabla 57. Flujo de caja	117
Tabla 58. Valor actual neto	121
Tabla 59. Tasa interna de retorno	122
Tabla 60. PRI de la inversión	122

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.Árbol de problemas	8
Figura 2.Distribución de ventas del sector gráfico	23
Figura 3.Estructura de la industria gráfica ecuatoriana por número de empresas	24
Figura 4.Encadenamiento sectores productivos	30
Figura 5.Mercado laboral	41
Figura 6.Problación activa del Ecuador.....	42
Figura 7.División de la PEA.....	43
Figura 8.Establecimientos económicos	68
Figura 9.Establecimientos económicos por capital provincial	69
Figura 10.Estructura de la industria gráfica por número de empresas	79
Figura 11.Canal directo de distribución del proyecto.....	83
Figura 12.Fuentes de financiamiento.....	85
Figura 13.Pasos para buscar financiamiento	86
Figura 14.Macro localización.....	90
Figura 15.Micro localización.....	91
Figura 16.Flujograma	95
Figura 17.Propuesta de localización de la oficina	98
Figura 18.Misión	102
Figura 19.Visión	102
Figura 20.Organigrama estructural.....	104
Figura 21.Punto de equilibrio	114

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Modelo de encuesta	136
Anexo 2. Observación directa	138

RESUMEN

Hoy en día las exigencias del mundo contemporáneo tanto en lo productivo, político, industrial, y financiero han hecho que cada vez se requiera de mayor tecnología en el desempeño de diferentes actividades que contribuyan al sector de la economía.

El presente proyecto tiene como finalidad analizar al sector gráfico de la ciudad de Quito, y su necesidad de adquirir insumos y maquinaria y repuestos gráficos a proveedores internacionales. Esta necesidad del sector gráfico lleva a enfocar el estudio a los procesos de importaciones que una empresa pueda requerir para su proceso productivo y permanecer en el mercado nacional

Hay que tener en cuenta que este sector es la cuarta industria de manufactura que aporta mayormente al PIB lo que condujo a que se realice este tipo de investigación para cerciorarse de manera documentada la situación actual y sus posibles problemas a largo plazo si no se llega a realizar una oportuna intervención por parte de las autoridades pertinentes.

El sector gráfico en el Ecuador, tiene vinculación directa con otros sectores económicos, pero no se le ha dado la importancia necesaria para ser estudiado con detenimiento, como ocurre con los sectores textiles y agrícolas. Otro factor importante, son las transformaciones de las tecnologías, que modifican las estrategias de las empresas que brindan el mismo servicio.

Por ello se ha considerado trascendental realizar este estudio de factibilidad que contribuirá este sector y desarrollará estrategias de comercio exterior para lograr sus objetivos

ABSTRACT

Today's demands of the contemporary world, which include productive, political, industrial, and financial changes, have increased the requirement of more technology in the performance of different activities that contribute to the economy sector.

The present study is to analyze the graph area of the city of Quito, the same that includes the problem of having the facility to import machinery and graphics supplies.

Keep in mind that this sector is the fourth largest manufacturing industry that contributes mostly to GDP leading to this type of research, which is carried out to ensure documentation of how the current situation and possible long-term problems if it does not reach a timely intervention by the relevant authorities.

The graphic industry in Ecuador is directly linked to economic sectors. The same one has not been studied in detail, such as textiles and agricultural sectors. Another important factor is the transformations of technologies that alter the strategies of companies that provide the same service.

Therefore it was considered crucial to perform this feasibility study will contribute greatly to the graphics sector.

INTRODUCCIÓN

Las exigencias que se presentan en el mundo actual, implican varios cambios en todos los aspectos; social, cultural, económico, político y tecnológico.

Por lo que el tener acceso a tecnologías avanzadas, con eficiencia y eficacia es de enorme importancia para alcanzar los objetivos organizacionales. En este aspecto, al sector gráfico se le presenta un enorme desafío, mismo que requiere superar las acciones aisladas y más bien pensar en la organización comunal, de manera que se encuentre un balance adecuado, ente las demandas o requerimientos de la sociedad y los intereses y demandas del individuo.

El sector gráfico en su proceso normal de desarrollo ha dependido en un 100% de un proceso de importación, ya que todos los fabricantes de insumos (papel, tinta, químicos), maquinaria (prerensa, prensa, acabados, digital) y repuestos se encuentran en el exterior (Estados Unidos, Alemania, China). La falta de conocimiento de comercio exterior de las pequeñas imprentas ha llevado a depender de los distribuidores locales para abastecerse.

Hace poco tiempo atrás, el desenvolvimiento económico e industrial se basaba en un mundo estático, pero hoy sabemos que no se puede soportar indefinidamente esta teoría. La sociedad, la tecnología, los recursos van evolucionando, por ende se ha convertido en una necesidad para el individuo desarrollar nuevos caminos de factibilidad, en este caso orientados a la creación de un centro de servicios en importaciones para el sector gráfico de la ciudad de Quito que ayude las pequeñas imprentas a direccionarse para la importaciones directa de sus insumos y bienes necesarios para su producción.

Adicionalmente hay que considerar que la reducida participación de las PYMES en el sistema financiero amerita ser analizado y mitigado, es así como el accionar de los gobiernos se ha direccionado a implementar medidas orientadas a mejorar su acceso al crédito, tema de mucha importancia para las pequeñas imprentas ya que es uno de los factores que contribuirán a su crecimiento mantenido.

Las fuentes tradicionales de financiamiento son las preferidas por los establecimientos ecuatorianos, entre ellos los bancos, las cooperativas de ahorro y crédito y otras fuentes.

En el caso de los mercados financieros y de capitales no siempre logran asignar los recursos con una máxima eficiencia social y productiva, de tal forma que la arquitectura financiera de cada país determina en gran medida, la eficiencia de estos mecanismos.

CAPÍTULO 1

SITUACIÓN PROBLÉMICA

1.1. Diagnóstico de la situación

La capacidad productiva del Sector Gráfico en el Ecuador ha dependido de equipos e insumos del exterior, en vista de que en el Ecuador no existen empresas que ensamblen Maquinaria Offset, Software de programación, maquinaria de acabados, papel, tintas, repuestos, placas, mantillas; entre los principales que podemos mencionar para que una empresa gráfica funcione normalmente.

Esta falencia ocasiona que la industria gráfica dependa de los procesos de importación al 100% para su producción.

La falta de conocimientos de comercio exterior en las medianas y pequeñas imprentas hace que adquieran la mayoría de sus productos de proveedores locales, sin opciones de buscar precios convenientes o variedad de productos de acuerdo a sus necesidades de producción.

Entre los principales proveedores de maquinaria, repuestos e insumos gráficos podemos mencionar:

- Heidelberg Ecuador (distribuidora de maquinaria, insumos, repuestos)
- Ferrostal (distribuidora de maquinaria y repuestos)
- Komori (distribuidora de maquinaria y repuestos)
- GraphicSource
- Müller Martini
- Flint (distribuidora de tintas y químicos)
- Agfa (empresa del exterior distribuidora de placas)
- Hostman-Steinberg (empresa del exterior distribuidora de tintas)
- Kodak (empresa del exterior distribuidora de placas)

Estos proveedores de maquinaria, repuestos e insumos establecen sus propios tiempos de entrega, tiempo que llega a ser hasta 30 días, perjudicando principalmente a la pequeña imprenta en el caso que requiera su producto de manera urgente.

Los proveedores nacionales han dado preferencia de servicio y venta a las grandes Imprentas en Quito como son: Imprenta Mariscal, Ediecuatorial, Imprenta Colegio Don Bosco, Imprenta Noción, Punto Gráfico, entre otros; quienes ocupan cerca del 70% del total de sus ventas anuales.

Las grandes imprentas a su vez tienen la capacidad económica para realizar las importaciones de proveedores del exterior directamente o negociar la adquisición de mercadería en términos FOB ya que cuentan con su propio departamento de importación para análisis de costos, proveedores, adquisiciones al por mayor, y búsqueda de mercado potenciales, eliminando de esta manera el costo de intermediarios cuyo porcentaje oscila entre el 20% al 30% dependiendo del producto.

Los pequeños empresarios al no tener una visión o conocimientos de importación se ven en la necesidad de adquirir los productos nacionalizados limitando la reducción de sus costos de producción.

Las Asociaciones o Gremios como AIG o Capeipi brindan varios servicios para beneficio del pequeño y grande empresario gráfico del Distrito Metropolitano de Quito, pero lamentablemente pocas imprentas pertenecen a estas asociaciones, entre los beneficios podemos mencionar:

AIG

- Bolsa de empleos
- Bolsa da maquinaria
- Ferias y eventos gráficos
- Revista Mensual Gráfica
- Base de Datos de proveedores nacionales
- Descuentos en capacitación de la Cámara de Comercio
- Acceso a información de Fedexport

CAPEIPI

- Asesoramiento en Compras Públicas
- Asesoramiento en IESS

- Inscripciones en ferias y capacitaciones que realice el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Pichincha. (GADPP)
- Asesoría en Seguros
- Gestiones de SOAT
- Emisión de Certificados

De acuerdo a lo descrito, a pesar de que las asociaciones tratan de brindar al sector gráfico los mejores beneficios en capacitación, asesorías, descuentos, ferias, etc., no han desarrollado una estrategia de mejoramiento para los procesos de importaciones y adquisición de insumos.

Es por tal razón que surge la necesidad de proporcionar a la industria gráfica y en especial a las pequeñas imprentas, asesoría y servicio de importaciones, necesario en cuanto a trámites, procesos aduaneros, búsqueda de proveedores externos promoviendo un nuevo servicio que se encuentre enfocado a cumplir con las expectativas de las pequeñas empresas.

Con el presente proyecto de tesis se pretende determinar la factibilidad para la creación de un centro ubicado en la ciudad de Quito, dedicado a la prestación de servicios de importaciones destinados al sector gráfico, conociendo que existen un sinnúmero de empresas graficas situadas en la ciudad, a los cuales les interesaría contar con equipos e insumos de calidad a un precio justo.

1.2. Contextualización e identificación del problema de investigación

1.2.1. El problema de investigación

En la gran mayoría de las pequeñas imprentas ecuatorianas existe limitación para importar grandes volúmenes de insumos y equipos, provocando altos costos y tiempos excesivos en los procesos de importación.

1.2.2. Principales causas o efectos

Causas:

- No hay asociaciones que integren los procesos de importaciones con el fin de mejorar la productividad de las pequeñas imprentas.
- Falta de capacidad económica para importar directamente
- Desconocimiento de procesos de importación y distribuidores gráficos en el exterior.

Efectos:

- Incumplimiento de contratos con clientes por los tiempos excesivos en el proceso de importación.
- Pocas oportunidades de competencia frente a grandes empresas.
- Falta de adquisición oportuna de maquinaria, repuestos e insumos de imprenta gráfica.

1.3. Formulación del problema de investigación

- ¿Se puede posibilitar una inversión para la creación de un centro de servicios importaciones de maquinaria y repuestos para la industria gráfica situada en la ciudad de Quito para ayudar al pequeño empresario a importar insumos a un precio justo y a tiempo?
- Porque: Las pequeñas imprentas ecuatorianas tienen limitación para importar debido a los altos costos y tiempos excesivos al no contar con empresas o asociaciones que se dediquen a este tipo de servicio.

1.4. Sistematización del problema de investigación

- ¿Existen asociaciones gráficas que faciliten los procesos de importación al pequeño empresario?
No existen asociaciones que integren los procesos de importaciones como mejora para las pequeñas imprentas.

- ¿Cuál es el factor preponderante que impide que las pequeñas imprentas importen insumos y maquinaria en cantidades suficientes para el abastecimiento oportuno?
El factor preponderante es la falta de capacidad económica para importar directamente.

- ¿Qué incide para que el empresario gráfico invierta tiempos excesivos en importaciones de sus insumos?
Desconocimiento de procesos de importación y distribuidores calificados.

Árbol de problemas

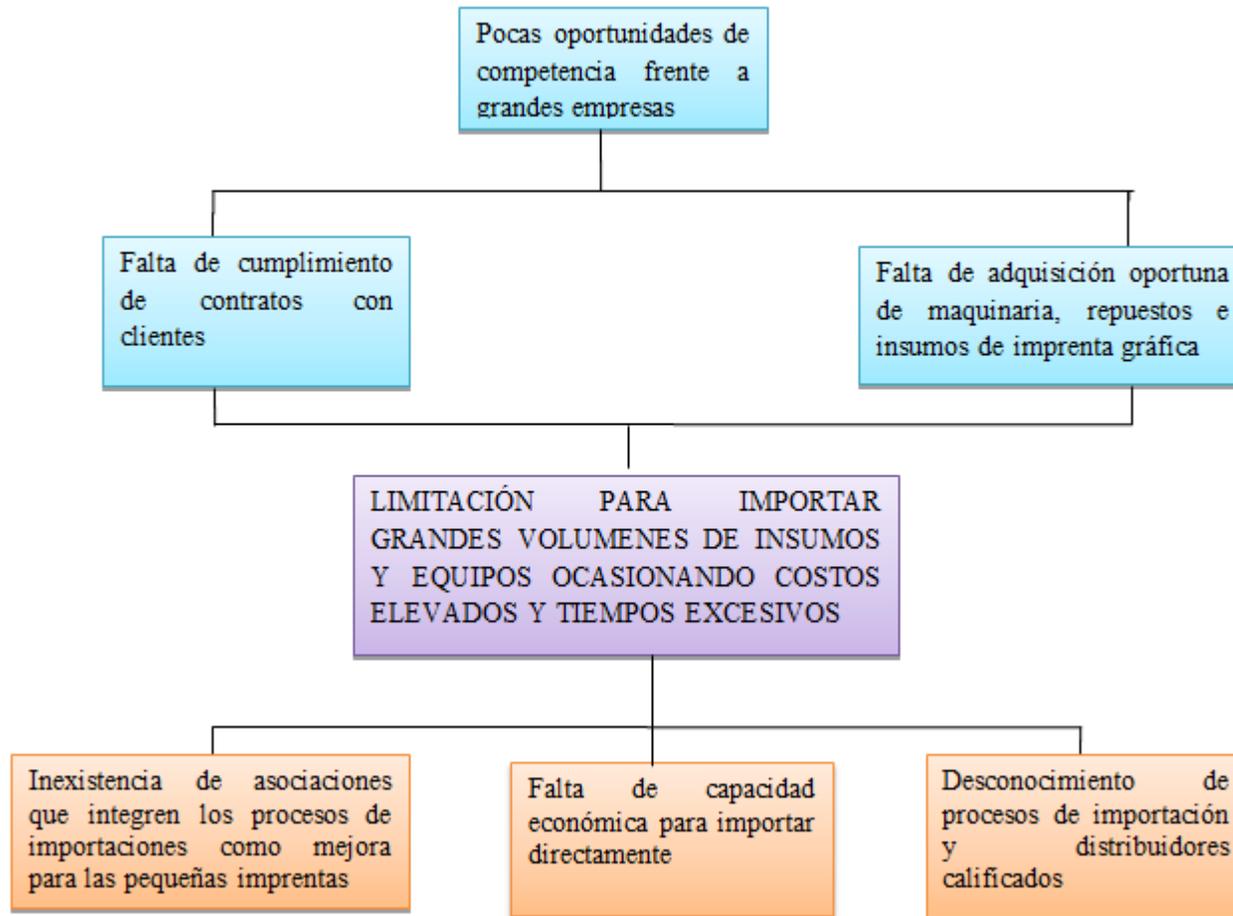


Figura 1.

Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cynthia Dayanara Cadena Polanco

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo general

Demostrar la factibilidad para la creación de un centro de servicios de asesoramiento en importación para el sector gráfico de Quito ayudando al desarrollo socio-económico de las pequeñas imprentas.

1.5.2. Objetivos específicos

- Realizar una encuesta para verificar la aceptación del nuevo centro de importación por parte de las pequeñas imprentas
- Recopilar información de libros y revistas especializados que nos servirán como apoyo para el estudio del proyecto.
- Realizar un estudio de costos para comprobar la factibilidad del proyecto
- Facilitar el servicio de importación de maquinaria e insumos con distribuidores calificados, garantizando la eficiencia en sus operaciones y optimizando los procesos y tiempos de importación de las pequeñas imprentas.
- Crear el sentido de asociación con el fin de integrar a las pequeñas imprentas facilitando los procesos de importación.

CAPÍTULO 2

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1.Marco teórico

2.1.1. Imprenta

El concepto básico de imprenta indica que “La imprenta es un método mecánico de reproducción de textos e imágenes sobre papel o materiales similares, que consiste en aplicar una tinta, generalmente oleosa, sobre unas piezas metálicas (tipos) para transferirla al papel por presión. Aunque comenzó como un método artesanal. (Segovia, 2013).

2.1.1.1. La imprenta en las ciudades de Ecuador

Las imprentas empezaron a expandirse alrededor de todas las ciudades del Ecuador como Cuenca, Riobamba, Ambato, Guaranda, Latacunga, e Ibarra. Con esta expansión aparecen las imprentas y publicaciones más reconocidas del Ecuador como Monsalve Moreno (Cuenca), “La razón” (Riobamba), “EL Bolivarense” de Guaranda, “El Fonógrafo” en Latacunga, talleres tipográficos en Ibarra, entre otros.

2.1.1.2. Impresión

El término impresión abarca diferentes tecnologías o evoluciones de los métodos de imprimir de una imprenta, se considera la siguiente clasificación:

- Tipografía
- Linotipo
- Litografía
- Offset
- Huecograbado

2.1.1.2.1. Tipografía

“Se imprime con moldes de relieve. Cada letra está tallada en una pieza individual por lo que se trabaja con caracteres sueltos. Las letras eran ordenadas en cajas.” (Jalon Ubilla, 2007, pág. 8).

En Ecuador las primeras máquinas introducidas eran de este tipo de impresión, el siguiente paso en la evolución de la imprenta fue el linotipo.

2.1.1.2.2. Linotipo

“El proceso del linotipo puede resumirse en que es un auxiliar del trabajo tipográfico. Ofrecía la ventaja de que, en vez de levantar el texto letra por letra, se lo hacía por lingotes” (Jalon Ubilla, 2007, pág. 8).

Después del linotipo la tecnología impresora dio un enorme salto hacia el offset, pero el levantamiento en caliente fue reemplazado por el levantamiento en frío, con nuevas máquinas levantadoras de textos, que operaban con técnicas fotográficas muy variadas.

El linotipo llega a Ecuador en 1950 para el Diario *El Telégrafo*, con el arribo de la linotipia a nuestro país se creó la primera escuela que preparaba personal para ejercer esta nueva profesión.

2.1.1.2.3. Litografía

Es “un procedimiento de impresión ideado en el año 1796, hoy casi en desuso salvo para la obtención y duplicación de obras artísticas. Su creador fue el alemán Aloys Senefelder (1771 - 1834). Etimológicamente la palabra litografía viene de los términos griegos *lithos* piedra y *graphe* dibujo” (Jalon Ubilla, 2007, pág. 9).

La Litografía al igual que el Linotipo desapareció por la década de los 60, dando paso al más importante y comúnmente usado tipo de impresión Offset

2.1.1.2.4. Offset

La impresión offset consiste en la reproducción de documentos e imágenes sobre distintos soportes, uso de tinta oleosa, uso de plancha metálicas, cuyo proceso es muy similar a la litografía.

La impresión offset es la impresión más usada en el Ecuador por su calidad y rapidez de la maquinaria. La impresión digital no ha podido hasta la actualidad competir frente a este sistema.

Las imprentas prefieren seguir utilizando maquinaria offset para impresión de cualquier producto.

2.1.1.2.5. Huecograbado

“Es un sistema de impresión que consiste en grabar pequeños huecos en una plancha de metal que luego se rellenan de tinta. La plancha de la que se ha limpiado el exceso de tinta superficial se presiona directamente contra el medio a imprimir para que reciba la tinta incrustada en los huecos y quede impresa” (Jalon Ubilla, 2007, pág. 9).

2.1.1.2.6. Impresión digital

Se refiere a toda aquella en que se imprime directamente a papel (ya sea por inyección, láser u otro procedimiento) desde un archivo informático, en contraposición a los otros sistemas tipografía, offset o huecograbado que utilizan planchas metálicas. Es actualmente el sistema más habitual en pequeña tirada.

“En la impresión digital, los datos pasan directamente de la preimpresora a la prensa y al sustrato. En otras palabras, se suprimen muchas fases del proceso de impresión tradicional que consumían tiempo y material. Los plazos de preparación y cambio se reducen enormemente ya que no se necesita ajuste de imagen, pruebas, imposición ni insolación” (<http://www.mimografico.com/en/wp-content/uploads/2012/12/impresiondigitalvsoffset.pdf>, 2012)

2.1.1.3.Fases de la impresión

La impresión en la actualidad abarca varios procesos que no están únicamente enfocados en la impresión directa de un documento, por este motivo deben definir los tres grandes grupos o sectores en los que está dividido

2.1.1.3.1. Preimpresión

También denominado Preprensa, que implica la preparación previa del documento que va a imprimirse, no solamente abarca la preparación de placas para imprimir sino que componen todos los sistemas o software que ahora se desarrollan para preparación de imágenes, análisis de color, análisis de tintas, placas, etc.

Una de las definiciones más claras es: “el proceso por el cual debe pasar un documento antes de que pueda ser impreso” (Jalon Ubilla, 2007, pág. 23).

Existe un reducido porcentaje de pequeñas imprentas dedicadas a este sector o como se les conoce comercialmente empresas dedicadas al servicio de CTPs

2.1.1.3.2. Impresión

Como su nombre lo indica, consiste en el proceso de reproducción del documento, comúnmente conocida por el sector de Prensa en la industria gráfica.

Actualmente está en auge la impresión digital, la impresión offset en pliego, la impresión offset en bobina y la impresión flexográfica

Desde el punto de vista tecnológico se puede constatar que las tendencias en el huecograbado y flexografía denotan que el primero sigue ofreciendo una calidad buena y constante, si bien se ve perjudicado por las tiradas cortas y los cambios de diseños que obligan a la confección de nuevos cilindros. Por su parte la flexografía tiene la ventaja de que las planchas de impresión es más rápida y barata y la calidad obtenida en la impresión casi llega al nivel del huecograbado (Jalon Ubilla, 2007, pág. 25).

El 70% aproximado de las pequeñas imprentas del sector gráfico de Quito se dedican totalmente a la impresión en virtud de la variedad de necesidades documentales que tiene el ciudadano y empresas a nivel nacional.

2.1.1.3.3. Post-impresión:

Se define como el sector de Acabados para la industria gráfica y está compuesto por procesos de encuadernación, engomado, doblado, perforación, grapado y corte de productos impresos.

2.1.2. Concepción del proyecto

Inicialmente se parte de la concepción del proyecto, donde se determina su alcance, recursos, etapas y tiempos estimados de duración, para luego con esa información realizar el análisis de factibilidad, donde se obtendrá como resultado si es conveniente o no ejecutar dicho proyecto y en qué medida es beneficioso. Un proyecto surge con una idea, para obtener metas, ya sea porque aún no se alcanzaron, porque sobran recursos con los fines actuales, porque existen nuevas necesidades, etcétera.

La administración de proyectos: es:

La aplicación de conocimiento, habilidades, herramientas, y técnicas a actividades de proyectos de manera que cumplan o excedan las necesidades y expectativas de partidos interesados de un proyecto. Cumplir o exceder las necesidades o expectativas de los partidos interesados invariablemente involucran balancear demandas que compiten entre sí, tales como:

- Alcance, tiempo, costo y calidad.
- Partidos interesados con diferentes necesidades y expectativas.
- Requerimientos identificados (necesidades) y requerimientos no identificados (expectativas). (PMBOOK, 2008, pág. 67).

Se parte entonces de definir qué es un proyecto:

“Un proyecto es un plan de trabajo, con acciones sistemáticas, o sea, coordinadas entre sí, valiéndose de los medios necesarios y posibles, en busca de objetivos específicos a alcanzar en un tiempo previsto”. (<http://deconceptos.com/general/proyecto>).

Otra definición importante es la siguiente: ...corresponde al conjunto de acciones interrelaciones conducentes a alcanzar un objetivo determinado (ejecutar el proyecto) en las mejores condiciones de alcance, tiempo, costo y calidad, buscando desde luego la satisfacción del cliente. (Miranda, 2005, pág. 45).

Desde hace algún tiempo se viene utilizando el término “Ciclo del Proyecto” para señalar las diferentes etapas que recorre el proyecto desde que se concibe la idea hasta que se materializa en una obra o acción concreta, estas etapas son: “pre inversión”, “la inversión” o “ejecución” y la etapa de “funcionamiento” u “operación”, y lo que se suele denominar como la evaluación ex - post..... (Miranda, 2005, pág. 48).

En la fase de pre inversión se realizan todos los estudios necesarios antes de asignar recursos o no a una tarea u objetivo específico. Esta fase incluye los procesos de identificación, selección, formulación, evaluación y negociación del proyecto.

La etapa de inversión se caracteriza por una movilización marcada de recursos, tanto humanos como financieros, con el fin de garantizar los medios necesarios para el cumplimiento de los objetivos de la empresa.

La fase de operación se caracteriza por realizar actividades rutinarias o sistemáticas con el fin de generar un bien o servicio, que tributen al cumplimiento del objetivo social de la empresa, además es en esta etapa donde se desarrolla el ciclo básico de la gestión administrativa, abarcando las siguientes actividades claves: planeación, ejecución, seguimiento y control.

Una vez puesto en marcha el proyecto es válido analizar si los estudios previos realizados en las etapas anteriores se pusieron de manifiesto a lo largo de la ejecución del proyecto y cuáles fueron los resultados obtenidos versus la planificación y proyecciones realizadas, esto posibilitará evaluar el mecanismo de decisiones y los métodos utilizados para concebir

el proyecto, este proceso forma parte de la retroalimentación que se manifiesta en la etapa de evaluación ex – post.

Hasta el momento se ha hecho referencia brevemente, a la concepción del proyecto, las etapas y definiciones fundamentales, pero como bien se ha dejado implícito, no es cuestión solamente de tener una idea, concebir el proyecto, y echarlo a andar, sino que el análisis de su factibilidad para toda compañía es de vital importancia.

2.1.2.1. Factibilidad del proyecto

Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados, la factibilidad se apoya en 3 aspectos básicos:

- Operativo
- Técnico
- Económico

El éxito de un proyecto está determinado por el grado de factibilidad que se presente en cada una de los tres aspectos anteriores.

2.1.2.2. Estudio de factibilidad

Sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, si procede su estudio, desarrollo o implementación.

Objetivos de un estudio de factibilidad.

- Auxiliar a una organización a lograr sus objetivos.
- Cubrir las metas con los recursos actuales en las áreas técnicas, económicas y operativas.

“Un estudio de factibilidad consiste en la realización de un análisis profundo de los resultados financieros, económicos y sociales de una inversión (dada una opción tecnológica -estudio de pre-factibilidad). Además posibilita recopilar datos significativos sobre la concepción y ejecución de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, si es factible o no aprobar la inversión para el desarrollo de un determinado proyecto”. (Miranda, 2005, pág. 83).

La investigación de factibilidad en un proyecto consiste en definir cuáles son los objetivos de la organización, luego determinar si el proyecto contribuye a que la empresa logre sus objetivos. Cuando se definen estos objetivos se deben considerar los recursos disponibles o aquellos que la empresa puede facilitar, nunca deben definirse con recursos que la empresa no posee.

En las empresas se cuenta con una serie de objetivos que determinan la posibilidad de factibilidad de un proyecto sin ser limitativos, algunos de estos son los siguientes:

- Reducción de errores y mayor especialización en los procesos.
- Disminución de costos mediante la optimización maquinarias o recursos, o a través de la eliminación de recursos no necesarios.
- Funcionamiento sistémico de todas las áreas y subsistemas de la empresa.
- Actualización y mejoramiento continuo de los servicios a los clientes.
- Reducción de los tiempos de procesamiento y ejecución de tareas.
- Automatización óptima de procedimientos manuales.

2.1.2.3. Recursos de los estudios de factibilidad

Los recursos para un estudio de factibilidad se analizan en función de tres aspectos:

2.1.2.3.1. Factibilidad operativa

Se refiere a todos aquellos recursos donde interviene algún tipo de actividad (Procesos), depende del comportamiento de los recursos humanos que intervienen durante la ejecución del proyecto. Durante este período se definen todas aquellas actividades que son necesarias para lograr el objetivo y se evalúa y determina todo lo necesario para llevarla a cabo.

2.1.2.3.2. Factibilidad técnica

Abarca los recursos necesarios como herramientas, conocimientos, habilidades, experiencia, etc., que son requeridos para efectuar las actividades o procesos que exige el proyecto. Generalmente se refiere a elementos tangibles. El proyecto debe considerar si los recursos técnicos actuales son suficientes o deben complementarse.

2.1.2.3.3. Factibilidad económica

Enmarca los recursos económicos y financieros necesarios para ejecutar las actividades o procesos y/o para obtener los recursos básicos que deben considerarse, son el costo del tiempo, el costo de la realización y el costo de adquirir nuevos recursos. Generalmente la factibilidad económica es el elemento más importante ya que solventa las carencias de otros recursos, es lo más difícil de conseguir y requiere de esfuerzos adicionales cuando no se posee.

2.1.2.4. Metodología

Se entiende por metodología a “El conjunto de procedimientos que permiten ordenar las actividades del proceso investigativo”. (Burbano Mejía & Altamirano Santillán, 2007, pág. 59).

2.1.2.4.1. Método Analítico

“Es aquel que se utiliza para descomponer o desintegrar el hecho que se investiga, explicando las implicaciones con el tema principal, este método se concreta por medio de la observación de la problemática, y la descripción crítica de una forma ordenada y clasificada” (Yépez, 2002, pág. 76).

2.1.2.4.2. Método Sintético

Comprende los procesos del método analítico, pero en éste se realiza en proceso contrario al reconstruir e integrar los elementos que en el método analítico se desintegran, principalmente como un procesos de síntesis, éste es un complemento del método analítico, nos permite comprender el lado, la idea, el hecho, la entidad jurídica, la normativa y sus diferentes elementos y sus vinculaciones” (Yépez, 2002, pág. 89).

2.1.2.5. Población

Se entiende por población “cualquier conjunto de elementos que tengan una o más propiedades en común definidas por el investigador y que puede ser desde toda la realidad, hasta un grupo muy reducido de fenómenos”. (León & González, 2011, pág. 156)

2.1.2.6. Muestra

Por muestra se entiende que “es un grupo relativamente pequeño de unidades de estudio que representa las características de la población. (León & González, 2011, pág. 70).

2.1.2.6.1. Técnica y recolección de datos

Las técnicas constituyen el conjunto de mecanismos, medios o recursos dirigidos a recolectar, conservar analizar y transmitir los datos que se investigarán, por consiguiente las técnicas son procedimientos o recursos fundamentales que facilitan la recolección de información (León & González, 2011, pág. 67).

2.1.3. Comercio exterior

2.1.3.1. Importaciones

Importar es el acto de ingresar productos a un país bajo las formalidades y obligaciones aduaneras, se considera el tipo de régimen de importación bajo el cual la mercadería ingresa.

Los Regímenes de importación son:

- Importación para el Consumo (Art. 147 COPCI)
- Admisión Temporal para Reexportación en el mismo estado (Art. 148 COPCI)
- Admisión Temporal para Perfeccionamiento Activo (Art. 149 COPCI)
- Reposición de Mercancías con Franquicia Arancelaria (Art. 150 COPCI)
- Transformación bajo control Aduanero (Art. 151 COPCI)
- Depósito Aduanero (Art. 152 COPCI)
- Reimportación en el mismo estado (Art. 152 COPCI) (Aduana del Ecuador, 2014)

2.1.3.2. Requisitos para importar

Para importar es obligatorio obtener el Registro de Importador ante la Senae, para ello se debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Gestionar el RUC en el Servicio de Rentas Internas
- Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por: Banco Central del Ecuador y Security Data

- Registrarse en el portal de ECUAPASS
- Actualizar la base de datos
- Crear usuario y contraseña
- Aceptar las políticas de uso
- Registrar firma electrónica (Aduana del Ecuador, 2014)

2.1.3.3. Restricciones de un producto a importar

Es necesario que el importador conozca las restricciones que tiene cada producto, por ello deberá realizar el trámite correspondiente para conocer dicha información, en el caso de la maquinaria, y repuestos de la industria gráfica no existe una restricción y se la puede importar libremente. El porcentaje de arancel para este sector es el 0%

En el caso de insumos depende del tipo de producto ya que aduana verifica, origen, composición química y datos de seguridad para establecer el arancel y requisitos previos de importación

Una vez cumplidos los requisitos y restricciones del producto importado podrá realizar el trámite de **desaduanización de la mercancía**.

2.1.3.4. Desaduanización de la mercadería

El Agente de Aduana debe presentar electrónicamente y físicamente (dependerá del tipo de aforo) la Declaración Aduanera del Importación (DAI) a través del SICE, en el Distrito de llegada de la carga importada, adjuntando los documentos obligatorios que acompañan a la misma, como son:

- Documento de transporte
- Factura Comercial
- Certificado de Origen (cuando proceda – documento para preferencias arancelarias)
- Documentos que el SENA E o el Organismo regulador de Comercio Exterior consideren necesarios.

2.1.3.5. Preferencias arancelarias

Son las ventajas arancelarias que, respecto de las cargas arancelarias previstas para la generalidad de las importaciones, se conceden entre países signatarios de un convenio o tratado comercial internacional. Las preferencias arancelarias pueden estar referidas a un

grupo de productos o a la totalidad del universo arancelario y se expresan como un porcentaje de deducción de arancel general, aplicable siempre que concurren las condiciones previstas (origen, naturaleza, volumen, etc.) para que surta efecto la preferencia. (Comercio Exterior.com)

Las preferencias arancelarias no se considerada una ventaja en el sector gráfico en vista de que la mayoría de productos tienen como país de origen Europa o Asia.

2.1.3.6. Incoterms

Los Incoterms son el conjunto de reglas o normativas internacionales, que rigen bajo la Cámara de Comercio Internacional, y establecen el alcance de las cláusulas comerciales incluidas en un contrato de compraventa internacional (importaciones o exportaciones).

Las reglas sobre el uso de estos nacionales e internacionales Incoterms 2010, facilitan las negociaciones globales, en vista de que definen los derechos y obligaciones y derechos del comprador y vendedor, las tareas, costos y riesgos propios del comercio, que implica la entrega de mercancía de la empresa vendedora a la

Los Incoterms determinan:

- El alcance del precio.
- En qué momento y donde se produce la transferencia de riesgos sobre la mercadería del vendedor hacia el comprador.
- El lugar de entrega de la mercadería.
- Quién contrata y paga el transporte
- Quién contrata y paga el seguro
- Qué documentos tramita cada parte
- Quién costea cada parte

2.1.3.6.1. Clasificación de Incoterms

En una importación se pueden aplicar uno de los siguientes términos de negociación para cualquier modalidad de transporte

EXW (Ex Fábrica)

FCA (Franco Porteador)

CPT (Transporte Pagado Hasta)

CIP (Transporte y Seguro Pagado Hasta)

DAT (Entregada en Terminal)

DAP (Entregada en Lugar)

DDP (Entregada Derechos Pagados)

FAS (Franco al Costado del Buque)

FOB (Franco a Bordo)

CFR (Costo y Flete)

CIF (Costo, Seguro y Flete)

2.2. Marco de referencia

2.2.1. Antecedentes de la industria gráfica

Los costos altos de la materia prima, los gastos administrativos y la mano de obra hacen que cada día sea más difícil la competencia para la industria gráfica en nuestro país.

El sector gráfico en Ecuador es considerado como un área de la economía ecuatoriana que usa casi el 100% de los insumos de otros países.

Es importante mencionar que a todo esto se suman las máquinas, las cuales son importadas, al igual que la tinta y las diferentes placas que se usan.

Es por ello que en ocasiones, cuando existen retrasos en trabajos pedidos, la medida relámpago que se toma es que las imprentas se unen para poder entregar el trabajo a tiempo, sin embargo las oportunidades de negocio para este sector han incrementado año tras año. (HOY D. , 2006).

Distribución de ventas del sector gráfico

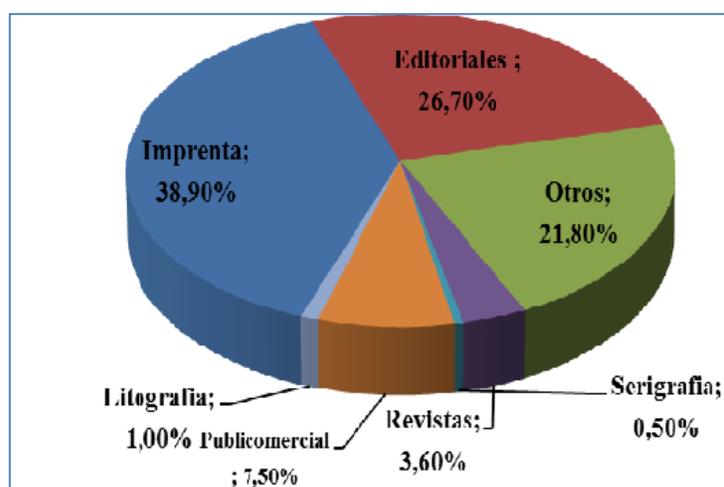


Figura 3.

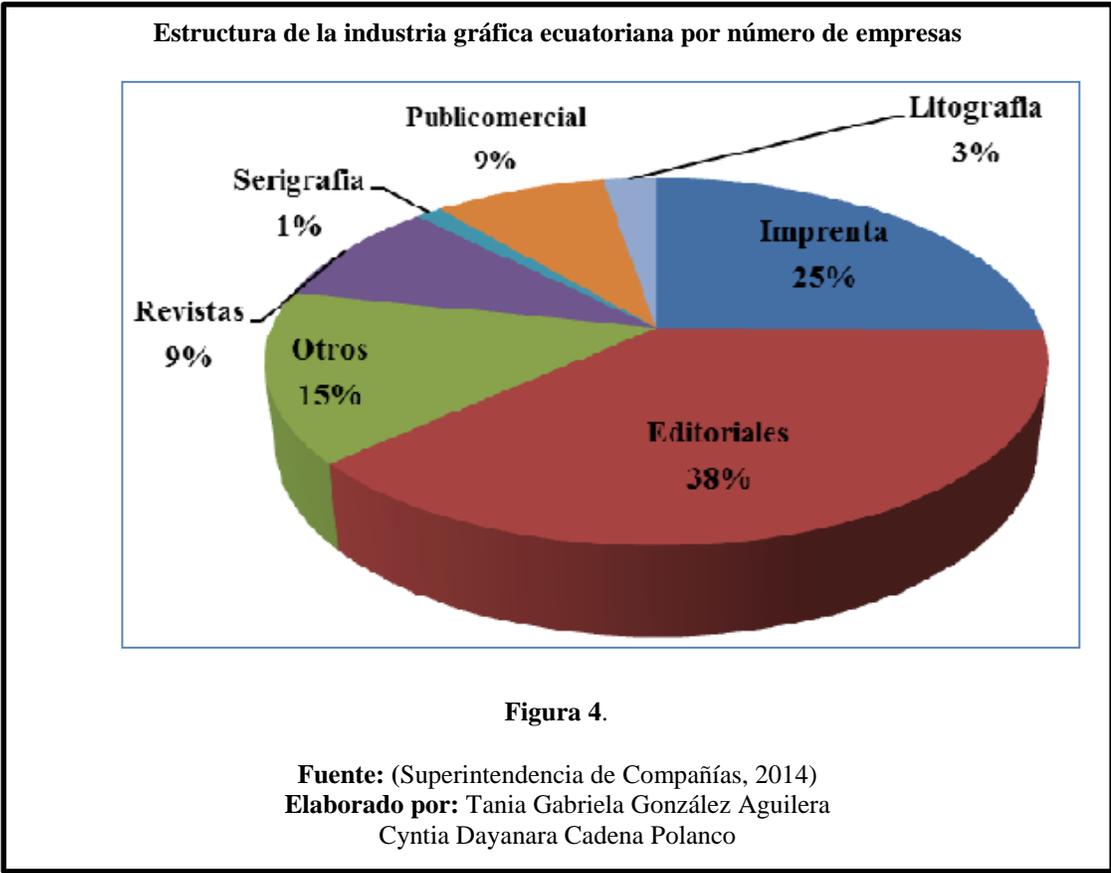
Fuente: Superintendencia de Compañías, 2014
Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
 Cyntia Dayanara Cadena Polanco

Tabla 1. Detalle de importación de cartulina estucada en Ecuador

	MULTICAPAS	SOLIDA	RECUBIERTA	TOTAL IMPORTACION CARTULINA ESTUCADA
AÑOS	TOTAL TONELADAS	TOTAL TONELADAS	TOTAL TONELADAS	
2005	10.068	3.947	4.989	21.009
2006	14.105	3.728	5.915	25.754
2007	13.116	2.111	7.333	24.567
2008	14.127	3.443	6.898	26.476
2009	13.792	2.579	4.078	22.548

PROMEDIOS	13.041.413
------------------	------------

Fuente: (Aduana del Ecuador, 2009)
Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
 Cyntia Dayanara Cadena Polanco



Las empresas gráficas también pueden clasificarse de acuerdo al consumo de papel por día usado para producción como reporta la Industria Cartonera en el siguiente cuadro

Tabla 2. Tamaño de empresas por consumo de papel

	Escala (rango de producción)
Microempresa/artesanal:	Hasta 1 ton/día
Pequeña Empresa:	De 1 a 3 ton/día
Mediana Empresa:	De 3 a 5 ton/día
Gran Empresa:	Más de 5 ton/día

Fuente: Industria Cartonera Asociada S.A.
Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
 Cyntia Dayanara Cadena Polanco

En el mes de Junio del 2012 año en el país mediante registro Oficial se decretaron nuevas normativas referidas a las importaciones, provocadas por determinadas irregularidades detectadas en la Balanza Comercial en el país.

La Balanza Comercial es uno de los indicadores principales de la actividad económica y de las relaciones económicas internacionales de un país. Se considera como el equilibrio entre las entradas y salidas de recursos y efectivo del país, a través de la relación de importaciones y exportaciones que se ejecuten en un período determinado. Según estudios realizados en el Ecuador se apreció irregularidad en el comportamiento de la balanza comercial en el país, al detectar que las importaciones superaban a las exportaciones en gran medida, lo que provocaba fuga de capital al extranjero, y poco protagonismo de la industria nacional en muchas de las ramas de la economía.

Para compensar esta situación el gobierno toma la medida de aplicar la Ley de Restricción de Importaciones, esta es una medida concertada a las reglas de la Organización Mundial de Comercio (OMC), y persigue resguardar a la industria nacional por una parte, y por otro evitar que las divisas del Ecuador salgan hacia el exterior desmedidamente.

Esta propone un cupo o límite de importaciones de productos para las empresas, el cual deben ejecutar en el período de un año, donde sus compras desde el exterior no deben superar ese límite.

En el 19 de noviembre de 2013 al ser uno de los objetivos principales de gobierno reducir las importaciones al sector nacional en forma conjunta el Comex (Comité de Comercio Exterior) e INEN (Instituto Ecuatoriano de Normalización) mediante Decreto No. 116 establecen la obligatoriedad de Certificado de Reconocimiento INEN para aproximadamente 290 nuevas partidas arancelarias, cuya aplicación se ha venido notificando paulatinamente hasta esta fecha

Gremios como la AIG mantienen continuamente reuniones con el COMEX para tratar de llegar a acuerdos específicos para productos e insumos que se importen para las imprentas no se vean afectados.

Esta información es referida dada la importancia y relación que tiene con este punto, no obstante no implica limitación alguna con el desarrollo de la presente propuesta, pues como se han venido mencionando, la importación de maquinarias y materiales en el sector gráfico es muy pobre e ineficiente, lo que implica condiciones no favorables para las empresas del sector, y por tanto cumplir con los parámetros de la nueva normativa no sería una dificultad.

El sector gráfico, como tantos otros, ha sufrido las consecuencias del impacto de las nuevas tecnologías de una manera muy directa, obligando a las empresas que en él operan hacer frente a los nuevos retos planteados por la introducción de dichas innovaciones, para de esta forma poder mantenerse con carácter competitivo en los mercados.

La evolución de la industria gráfica muestra la existencia de una estrecha correlación entre esta y el desarrollo de las tecnologías de tratamiento electrónico de la comunicación y de la información; en este sentido, muchos de los procesos de producción son automatizados y controlados por ordenadores. Las innovaciones tecnológicas provocan un fuerte impacto no sólo en el tipo y volumen de trabajo a realizar, sino también en la comercialización, en la flexibilidad del trabajo, en los tiempos de entrega y en la especialización profesional.

En los últimos tiempos, las inversiones en nuevos equipos gráficos han crecido considerablemente y aunque el desarrollo tecnológico ha afectado continuamente a todas las etapas del proceso productivo, los cambios han sido especialmente rápidos en las actividades de preimpresión (equipos de sistemas electrónicos de composición y tratamiento de la imagen por ordenador, scanner para la reproducción, etc.) e impresión (equipos de impresión).

Adquirir nuevos equipos de alta tecnología, con resoluciones avanzadas, que muestren atributos favorables para las empresas dedicadas a la actividad gráfica, como menores tiempos de impresión, productos de alta calidad, rapidez de procesamiento de proyectos, entre otras, es de vital importancia para el funcionamiento de estas organizaciones, pues les permite optimizar recursos, tiempo, producir con mayor calidad y por tanto satisfacer las expectativas de los clientes.

Actualmente en el país no existe una institución que organice, regule, asesore y viabilice los procesos de importaciones para la industria gráfica nacional. Este elemento es muy sensible para el avance de las PYMES del sector, pues se ven expuestos a altos precios de proveedores nacionales, incurriendo en costos de oportunidad de explorar nuevos mercados, donde los proveedores externos brindan precios más económicos y mayor variedad de productos.

No es menos cierto que desde junio del año 2012, en el país se han publicado nuevas medidas de restricciones en las importaciones nacionales, elemento que afecta hasta cierto punto las posibilidades de exportaciones en el sector gráfico, como en otros sectores de la economía nacional.

El proceso de importaciones requiere de varias gestiones aduanales, pagos de aranceles, tiempos de entrega, contratación, control de la calidad de la mercancía importada, así como de otros elementos sobre los cuales existe desconocimiento y desorganización en este sector a nivel nacional. Estos trámites son engorrosos y en muchas ocasiones el desconocimiento de estos procesos es la principal causa de retrasos e inconvenientes.

La creación de un centro de servicios en importaciones para el sector gráfico en el país, sería un proyecto novedoso ya que no existen organizaciones que gestionen el proceso de importaciones en dicho sector, además viabilizará de manera significativa los trámites, brindará asesoría comercial a las entidades, posibilitándoles disfrutar de los beneficios de las importaciones realizadas con eficiencia, rapidez y a mejores precios.

2.2.2. Influencias macroambientales

Al referirnos a influencias macroambientales nos referimos a un conjunto de factores externos que tienen un impacto sobre el sector gráfico, independientemente de su comportamiento por lo que la Entidad debe adaptarse a estos, y son:

2.2.2.1. Inversión extranjera directa

La inversión extranjera es la colocación de capitales a largo plazo en algún país extranjero, para la creación de empresas agrícolas, industriales y de servicios, con el propósito de internacionalizarse.

Según el Telégrafo (2014), y la Superintendencia de Compañías (SC), la inversión extranjera directa (IED) en Ecuador en 2013 fue de \$ 549'398.633, mostrando un incremento del 38,8% con relación al 2012 (\$ 335'875.050).

En cambio, la inversión de empresas nacionales en 2013 fue de \$ 703'574.929, un 13,18% más que en 2012 (\$ 610'782.571).

Unas 9.753 empresas, entre nacionales (8.824) y foráneas (929), inyectaron recursos en 2013. Para el sector de industrias se destinó la mayor cantidad de fondos con, \$ 330'707.852.

Ecuador sigue entre los últimos países de la región que reciben IED; sin embargo, desde 2007 hasta 2013 han mejorado notablemente en relación a lo que se captó entre los años 2000 y 2006.

Desde 2000 hasta 2006 el país captó \$ 539 millones en IED, mientras que entre 2007 y 2012 fueron \$ 3.275'398.633, según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal).

Por otra parte, la Superintendencia informó a este diario que en Ecuador se crearon un total de 8.380 empresas en 2013, 59 compañías más que en 2012 (8321)

2.2.2.1.1. Inversión extranjera en la industria gráfica

La inversión extranjera en el Sector Gráfico es casi nula en el Ecuador, el capital de producción es netamente nacional, al ser una industria dispersa por todo el mundo los inversionistas son nacionales, cuyos ingresos provienen de bienes propios o préstamos a largo plazo en el sector bancario.

Al hablar de proveedores de equipos, repuesto o insumos cabe mencionar que la mayoría de estos son únicamente representaciones cuyos dueños son inversionistas nacionales, los proveedores al ver que el país es muy pequeño en relación al mercado global internacional únicamente buscan a través de terceros ingresar su marca en la industria gráfica.

El Gobierno al promover la industria nacional está tratando de crear industrias nacionales que produzcan materia prima directa, un ejemplo de esto es que de acuerdo a información proporcionada por la AIG en 4 años aproximado se pretende crear la primera empresa productora de tinta de imprenta, lamentablemente la inversión extranjera tampoco se ve reflejada, ya que la empresa es nacional y el capital va a ser financiada por el gobierno directamente

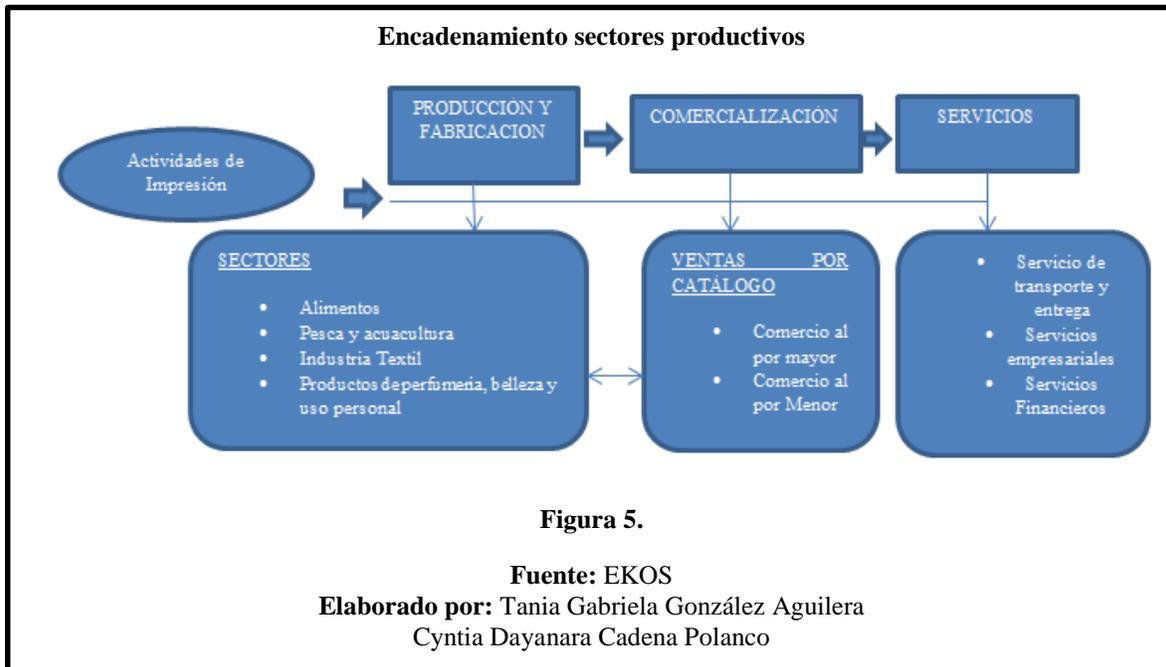
2.2.3. Factor económico

El sector productivo de la industria gráfica forma parte de una cadena importante para la economía nacional, siendo parte de otros sectores productivos como el de alimentos, manufacturas y comercio. De esta forma esta actividad está muy relacionada con varios sectores tanto a nivel de fabricación, producción, comercialización y/o servicios.

En la relación con otros sectores, entre los más importantes corresponden a los de alimentos, enlatados, pesca, industria textil, productos de perfumería y belleza, uso personal, etc. en lo que respecta a su encadenamiento con la fabricación o producción a nivel nacional. Aunque la actividad de impresión también está relacionada con la comercialización al por mayor y menor de variedad de producto, en especial aquellos que emplean venta por catálogos

En el sector de servicios en la economía como los de servicios empresariales, financieros y de transporte (Courier). La participación de esta actividad en varias fases de encadenamientos productivos refleja su importancia y aporte a la economía local, dado que su afectación o desarrollo puede incidir en los costos y comercialización de otros bienes y servicios ofertados por empresas nacionales e internacionales.

El detalle del encadenamiento a los diferentes sectores productivos se lo puede apreciar en la figura 4.



A continuación se expone un detalle económico de la empresa Poligráfica y su relación con los otros sectores productivos.

De los 740 millones que generan en ingresos los principales clientes de Poligráfica, el 45% de los ingresos operacionales son generados por empresas que se dedican a acuicultura y pesca, mientras que un 24% de ingresos lo generan las empresas de fabricación y comercialización de productos de perfumería, belleza y uso personal. La fabricación y comercialización de prendas de vestir tiene una participación del 19%, los servicios financieros de los Bancos Machala y Unibanco contribuyen en un 10% al ingreso descrito de los principales clientes de Poligráfica y el 2% restante en servicios empresariales y de transporte y entrega de correspondencia.

Tabla 3. Nivel de ingresos generados por sectores que insumen actividades de impresión

CIU 4	DESCRIPCIÓN	SECTOR	INGRESOS OPERACIONALES 2010 (MILLONES USD)
A0321.02	Explotación de criaderos de camarones (camaroneras), criaderos de larvas de camarón (laboratorios de larvas de camarón)	Pesca y Acuicultura	685.68
A0321.04	Actividades de cría de crustáceos (langostas y langostinos), bivalvos, otros moluscos y otros animales acuáticos en agua de mar	Pesca y Acuicultura	12.87
C1410.02	Fabricación de prendas de vestir de telas tejidas, de punto y ganchillo, de telas no tejidas, entre otras, para hombres, mujeres, niños y bebés: abrigos, trajes, conjuntos, chaquetas, pantalones, faldas, calentadores, trajes de baño, ropa de esquí, etc.	Manufactura diversa	131.19
G4630.41	Venta al por mayor de camarón y langostinos	Comercio al por mayor	140.22
G4641.21	Venta al por mayor de prendas de vestir, incluidas prendas (ropa) deportiva	Comercio al por mayor	235.19
G4641.22	Venta al por mayor de accesorios de vestir guantes, corbatas, incluye paraguas y tirantes, etc.	Comercio al por mayor	26.20
G4649.20	Venta al por mayor de productos de perfumería, cosméticos (productos de belleza) artículos de uso personal (jabones)	Comercio al por mayor	324.35
G4719.00	Venta al por menor de gran variedad de productos entre los que no predominan los productos alimenticios, las bebidas o el tabaco, como: actividades de prendas de vestir, muebles, aparatos, artículos de ferretería, cosméticos, artículos de joyería y bisutería, juguetes, artículos de deporte (bazar) etc.	Comercio al por mayor	66.25
H5320.01	Servicios de recolección, clasificación, transporte y entrega (nacional o internacional) de correspondencia ordinaria y paquetes (que cumplan determinadas especificaciones) por empresas no sujetas a la obligación de servicio universal. La actividad puede realizarse en uno o varios medios de transporte propios (transporte privado) o de transporte público. Incluye la distribución y entrega de correspondencia y paquetes	Transporte	64.44
M7010.00	Supervisión y gestión de otras unidades de la misma compañía o empresa, asumiendo la planificación estratégica, organizativa y la función de toma de decisiones de la compañía o empresa; ejerciendo el control operativo y la gestión de las operaciones corrientes de las otras unidades: oficinas principales, oficinas administrativas centralizadas, sedes, oficinas de distrito, regionales y oficinas subsidiarias de gestión.	Servicios Empresariales	272.83
D1512.0.03	Conservación y envasado de crustáceos o moluscos mediante congelado, cocción en salsas, inmersión en vinagre, en salmuera, desecación y otros (enlatados)	Pesca y Acuicultura	469.50
D2424.2.01	Fabricación de cosméticos, preparados de belleza o de maquillaje, incluso manicure y pedicura	Pesca y Acuicultura	241.97
TOTAL			2.642,78

Fuente: (Superintendencia de Compañías, 2014)
Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
 Cyntia Dayanara Cadena Polanco

2.2.3.1. Inflación

La Inflación se define como un aumento persistente y sostenido del nivel general de precios a través del tiempo (INEC, 2014, pág. 45).

La evidencia empírica señala que inflaciones sostenidas han estado acompañadas por un rápido crecimiento de la cantidad de dinero, también por el elevado déficit fiscal, inconsistencias en la fijación de precios o elevaciones salariales, y resistencia a disminuir el ritmo de aumento de los precios.

La inflación acumulada 0.5%, que en los meses de enero corresponde al mismo valor de la inflación mensual, es la menor registrada en el periodo 2008-2012. (INEC, 2014, pág. 48).

Tabla 4. Variación de la inflación acumulada, referencia mes de enero

Años	Inflación acumulada en enero de cada año (porcentajes 2001-2013)	Variación
2010	0,83	
2011	0,68	0,15
2012	0,57	0,11
2013	0,50	0,07

Fuente: (INEC, 2014)

Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cynthia Dayanara Cadena Polanco

Interpretación: Como se puede observar ha existido una disminución a partir del año 2010 al 2013 en cuanto a la Inflación acumulada, las variaciones en estos periodos han ido bajando por lo que se ve que ha existido una disminución general de los precios del mercado; esta notable variación está dada por los cambios que se han hecho en las distintas leyes, por lo tanto sí existiría lo suficiente de circulante en manos de los consumidores. La medida de impulsar la producción nacional ha ayudado a reducir la inflación de un año a otro.

Dentro del sector gráfico se determina una oportunidad de impacto bajo, a pesar de que la inflación se ha mantenido en un rango bajo en los últimos años, los acontecimientos son impredecibles y no se puede confiar en que la tasa tenga el mismo comportamiento, sin embargo si la tasa de inflación baja esto implica que bajan las tasas de interés lo que hace más atractivo el acercamiento de los clientes para contratar créditos. Al tener un nivel de inflación controlada permite a los clientes tener mayor control del dinero que manejan, planificando así un ahorro paulatino en los talleres, obteniendo un nivel de capacitación mayor.

2.2.3.2. Canasta básica vital

La canasta básica y vital es el conjunto de bienes y servicios representativos del gasto de consumo final de los hogares de un país. Estos bienes y servicios permiten calcular el IPC y consecuentemente la INFLACIÓN. (INEC, 2014, pág. 23).

Tabla 5. Canasta básica vital

COSTO DE CANASTA BASICA Y VITAL (EN US\$)						
	feb-11	feb-12	nov-12	dic-12	ene-13	feb-13
Ingreso Familiar	\$492,80	\$545,07	\$545,07	\$545,07	\$593,60	\$593,60
Costo Canasta Básica	\$551,24	\$583,27	\$596,42	\$595,70	\$601,61	\$602,07
Restricción de consumo	-\$58,44	-\$38,20	-\$51,35	-\$50,63	-\$8,01	-\$8,47
Costo Canasta Vital	\$395,04	\$418,82	\$434,04	\$431,32	\$435,47	\$436,27
Restricción de consumo	\$97,76	\$126,25	\$111,03	\$113,75	\$158,13	\$157,33

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos – INEC, 2014)

Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cynthia Dayanara Cadena Polanco

Ingreso Familiar: Suma de todos los sueldos, salarios, ganancias, pagos de interés, alquiler, transferencias y otras formas de ingreso de una familia en un período determinado.

Restricciones de consumo: es la reducción o limitación de acceso, en este caso a un bien o servicio.

Interpretación: La canasta básica familiar como se puede observar ha tenido incrementos mensuales y anuales, a pesar de que estos incrementos no han sido excesivos, existe una gran repercusión al momento de hacer una comparación con los ingresos ya que éstos han tenido pequeños incrementos manuales que no abastecen a la fijación de precio de esta canasta.

La canasta básica vital ha sido tomada en cuenta para este análisis, ya que al observar los ingresos familiares que tienen la población y sus restricciones de consumo, se puede tener una idea general en cuanto a la capacidad del individuo para requerir los servicios del sector gráfico tomando en cuenta su liquidez y solvencia.

2.2.3.3. Salario nominal

El salario nominal está definido como la retribución del patrón al trabajador en moneda de curso legal del monto establecido por la Comisión Nacional de los Salarios Mínimos, o por el contrato colectivo de trabajo, contrato ley o por el contrato individual de trabajo que se haya fijado en su lugar de trabajo.

En el Ecuador, el salario nominal del sector privado lo fija anualmente el Consejo Nacional de Salarios CONADES; los ajustes se realizan en función de la inflación y de parámetros de productividad que tienen relación con el Producto Interno Bruto PIB.

En el año 2007, el salario nominal se ubicó en promedio en USD 198.26, en tanto que en el 2012, se situó en USD 340.47, lo que representa un incremento de USD 142.21. (BCE, Información Estadística, 2014).

Tabla 6. Variación salario nominal

AÑOS	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
REMUNERACIÓN BASICA UNIFICADA	170.00	200.00	218.00	240.00	264.00	292.00	318.00
(+) PROMEDIO D. TERCERA REMUNERACIÓN	14.10	16.46	18.04	19.85	21.83	24.14	28.95
(+) PROMEDIO D. CUARTA REMUNERACIÓN	14.17	16.67	18.17	20,00	22,00	24.33	26.97
TOTAL	198.26	233.13	254.21	279.85	307.83	340.47	373,92
VARIACIÓN				25.64	27.98	32.64	33.45

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2014)

Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cynthia Dayanara Cadena Polanco

Interpretación: Como se puede observar en la tabla ha existido un incremento en la variación del salario nominal.

Dicho incremento año tras año está en función de la inflación y de diferentes parámetros de productividad que tienen relación con el Producto Interno Bruto PIB; creándose así algunas amenazas que afectan al sector gráfico.

Debido al incremento al costo de la vida, los hogares prácticamente no disponen de dinero para el ahorro, lo que disminuye los valores en la cuenta de ahorros.

La disminución del poder adquisitivo debido al encarecimiento del costo de la vida, han dado lugar a que los salarios no cubran las necesidades básicas de las familias, lo que incrementa el riesgo en la recuperación del crédito.

2.2.3.4. Producto interno bruto (PIB)

El PIB es el valor de los bienes y servicios de uso final generados por los agentes económicos durante un periodo. Su cálculo en términos globales y por rama de actividad se deriva de la construcción de la Matriz Insumo Producto, que describe los flujos de bienes servicios en el amparo productivo, desde la óptica de los productores y de los utilizadores finales

Esta es la medida que la mayoría de los economistas prefieren emplear cuando estudian el bienestar per cápita y cuando comparan las condiciones de vida o el uso de los recursos en varios Países. La medida es difícil de calcular, ya que un valor en dólares americanos tiene que ser asignado a todos los bienes y servicios en el país, independientemente de si estos bienes servicios tienen un equivalente directo en los Estados Unidos. (BCE, Información Estadística, 2014).

Tabla 7. Variación anual del crecimiento del PIB

Años	Crecimiento real PIB (2009-2013)	Variación
2010	6,81%	
2011	5,27%	1,54%
2012	4,25%	1,02%
2013	2,05%	2,2%

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2014)
Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cynthia Dayanara Cadena Polanco

Interpretación: Como se puede ver en la tabla de crecimiento económico del PIB a comparación de los años tomados como referencia ha ido bajando el crecimiento de este indicador en cada período analizado, sin embargo es en la comparación del año 2012 con el 2013 en el que se ha podido identificar una mayor variación, lo que significa que el valor monetario de la producción de bienes y servicios de demanda final en este período ha disminuido con una variación de 2,2% en comparación al 2012.

Para el sector gráfico estos antecedentes repercuten en su ventaja competitiva ya que hoy en día se ve que existe mayor número de talleres en la ciudad de Quito, teniendo así una mayor participación en el Producto Interno Bruto, sin embargo con los datos consultados se puede ver que el PIB ha tenido crecimientos cada vez más pequeños, por lo que se debe tomar en cuenta que en términos generales si un PIB más alto es mejor que uno más bajo, hay que hacer énfasis en una mayor producción para que esto conlleve a niveles de vida potencialmente mejores, entre éstos sería generar más dinero para ayudar a los necesitados, que estaría relacionado con uno de los objetivos de los talleres de este sector. Es así que con el aumento de producción en el país, se puede atacar varios segmentos de mercado, entre ellos los microcréditos por ejemplo. (INEC, 2014)

Tabla 8. PIB en millones de dólares

FECHA	PIB TOTAL
2006	49.914,615
2007	51.007,777
2008	54.250,408
2009	54.557,732
2010	56.168,864
2011	60.569,488
2012	63.672,625

Fuente: INEC, 2014

Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cynthia Dayanara Cadena Polanco

2.2.3.5. Índice de precios al consumidor (IPC)

El índice de precios al consumidor (IPC), es un indicador que mide los cambios en el tiempo del nivel general de los precios, correspondientes al consumo final de bienes y servicios de los hogares de estratos de ingreso: alto, medio y bajo, residentes en el área urbana del país. La variable principal que se investiga es el precio, para los 299 artículos de la canasta fija de investigación. (INEC, 2014).

Tabla 9. Variación índice de precios al consumidor -IPC anual, referenciales de enero

Años	IPC	Variación
2009	8,36	
2010	4,44	3,92
2011	3,17	1,27
2012	5,29	2,12
2013	4,10	1,19

Fuente: INEC, 2014

Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cynthia Dayanara Cadena Polanco

Interpretación: Como se puede observar en la comparación de los datos, se ha visto que el índice de precios al consumidor presenta una disminución del mismo para la mayoría de los años comparados, sin embargo esta variación ha disminuido para el período 2012-2013.

En este caso el IPC ha venido disminuyendo, por lo que esto representa una mala señal ya que nos indica que la economía no va del todo bien como debería, ya que se ve afectada la solvencia y liquidez de los clientes, en este caso de los negocios dedicados al sector gráfico ya que afecta su poder adquisitivo.

2.2.4. Factor social

El análisis debe tomar en cuenta factores como: conflictos regionales, intereses grupales, étnicos, religiosos, grado de consensos sociales y políticos, nivel de vida de la población, expectativas populares. Características de la población, en cuanto a distribución, densidad, crecimiento, edad promedio. Para determinar efectivamente el riesgo social de un País se deben entender los conflictos que rigen la sociedad y su capacidad de movilización en cualquier forma que pueda ocurrir. Se debe entender la forma de llegar o perder el poder, como se crean o destruyen los consensos, como pueden cambiar las normas y valores. En definitiva, se trata de establecer lo más objetivamente posible, cuales son las fuerzas que mueven a la sociedad, cual ha sido su comportamiento histórico y cuáles podrían ser sus tendencias.

Entender la idiosincrasia de la gente y cuáles son sus principales móviles de comportamiento es indispensable.

2.2.4.1. Demografía y sociedad

El Ecuador bordea una tasa de crecimiento intercensal anual de 1.95% de acuerdo a lo estimado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2014). El país se caracteriza por ser multiétnico y pluricultural, existe la presencia de diversas razas y un gran número de grupos indígenas, asentados en tres regiones del país, excepto la región insular.

Tabla 10. Principales etnias

Principales Etnias	
Mestizos	65% (Amerindios y blancos)
Indígenas	25%
Blancos	7%
Afro	3%

Fuente: (INEC, 2014)

Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cynthia Dayanara Cadena Polanco

2.2.4.2. Población urbana y las principales ciudades

A continuación se detallan los principales grupos indígenas y culturales asentados en el Ecuador por regiones:

Según datos del INEC, el 75% de la población reside en los centros urbanos, mientras que el 25% habita en la parte rural del país. Los ecuatorianos están concentrados principalmente en las regiones de la Costa y la Sierra.

Las principales ciudades del Ecuador, consideradas así por el número de habitantes y por la actividad económica que desarrollan son las siguientes:

Tabla 11. Población urbana y las principales ciudades

PROYECCIÓN POBLACIONAL DE PRINCIPALES CIUDADES DEL ECUADOR	
AÑO 2013	
CIUDAD	POBLACIÓN
GUAYAQUIL	2.531.223
QUITO	2.458.900
CUENCA	558.126
PORTOVIEJO	300.878
MACHALA	266.638
SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS	403.063
AMBATO	356.009

Fuente: (INEC, 2014)

Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cynthia Dayanara Cadena Polanco

2.2.4.3. Pobreza nacional

Los indicadores de pobreza constituyen una herramienta básica en la planificación, evaluación, seguimiento y diseño de políticas sociales.

La pobreza nacional total en Diciembre del 2013 se ubicó en 25,55%, 1,76 puntos porcentuales menos que lo registrado en Diciembre del 2012 cuando alcanzó 27,31%. (INEC, 2014)

Pese a la disminución del índice de pobreza que se ha tenido últimamente, todavía seguimos manteniendo un porcentaje de pobreza considerable por lo cual perjudica de manera general a los talleres que pertenecen al sector gráfico de la ciudad de Quito ya que debido a que nuestros socios o futuros socios no podrán tener un nivel de ahorro sostenible, o a su vez no tendrán capacidad de pago, disminuyendo el ahorro.

2.2.4.4. Mercado laboral

El análisis del mercado laboral es indispensable para tener referencias en cuanto la tasas de ocupación plena, las tasas de subempleo y las tasas de desempleo (INEC, 2014).

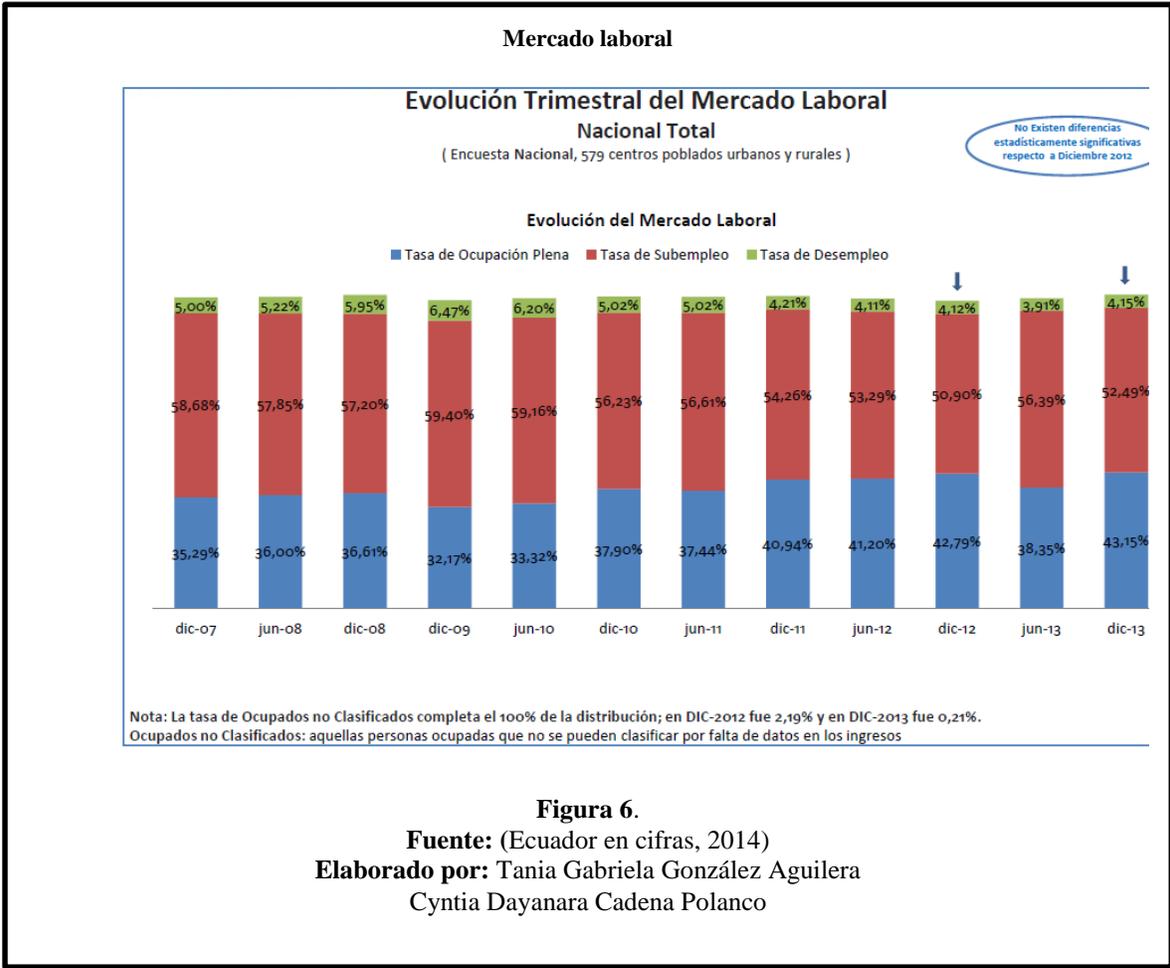


Figura 6.

Fuente: (Ecuador en cifras, 2014)
Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cyntia Dayanara Cadena Polanco

Interpretación: Es trascendental hacer hincapié en las tasas de desempleo existentes, ya que es una problemática que cae en un círculo vicioso afectando a todas las demás variables existentes. Como se puede observar en el gráfico al finalizar diciembre del 2013 la tasa de desempleo ha incrementado por lo que se puede afirmar que esta considerable parte de la población queda imposibilitada para ahorrar, afectando así a los talleres que pertenecen al sector gráfico en la ciudad de Quito.

2.2.4.5. Población activa (total, por sectores, desempleo)

A continuación se pueden observar los datos de la población activa en Ecuador. Diferenciándose en ocupados no clasificados, desocupados, sub ocupados y ocupados plenos. (BCE, Información Estadística, 2014).

Población activa Ecuador

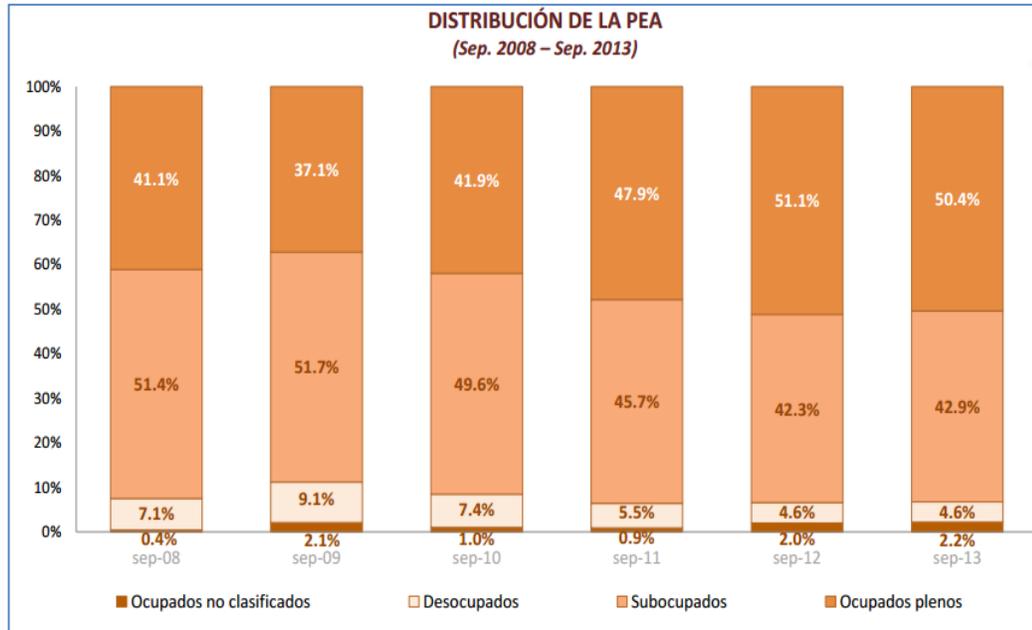


Figura 7.

Fuente: (BCE, 2014)

Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cynthia Dayanara Cadena Polanco

Interpretación: Si se llega a invertir más dinero para combatir este problema, el sector gráfico se verá beneficiado, ya que se disminuiría el nivel de desempleo incentivando al ahorro a aquellas personas que se encontraban con un trabajo estable.

¿Cómo se divide la Población Económicamente Activa (PEA)?

A continuación se presenta un gráfico de cómo se encuentra dividida la Población Económicamente Activa. (INEC, 2014)

División de la PEA

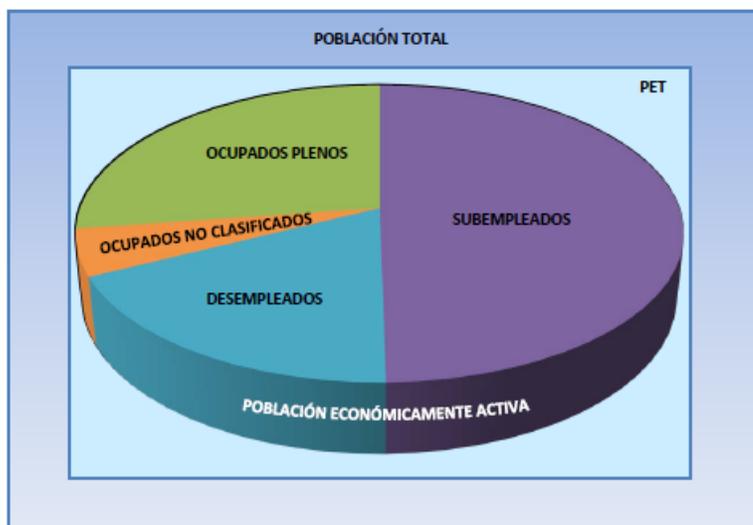


Figura 8.

Fuente: (Ecuador en cifras, 2014)
Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
 Cyntia Dayanara Cadena Polanco

2.2.5. Factor tecnológico

En el país actualmente existe una bajísima inversión en innovación tecnológica, esto lo demuestra el cuadro presentado a continuación en donde se destaca la inversión que se está haciendo en el país en materia de Investigación y Desarrollo, medida en función del PIB.

Tabla 12. Inversión en IyD, en % del PIB

Inversión del país en I y D	% del PIB
Brasil	0,91
Chile	0,68
Ecuador	0,06
España	1,07
Estados Unidos	2,7
Promedio Latinoamérica	0,62
Deseable, según la UNESCO	1

Fuente: Red Iberoamericana de Indicadores de Ciencia Y Tecnología
Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
 Cyntia Dayanara Cadena Polanco

Adicionalmente a los indicadores de inversión en IyD, el diagnóstico comprendió dos evaluaciones complementarias. Inicialmente se realizó una investigación directa a una muestra representativa de los sectores productivo y universitario del país, para identificar los principales problemas del sistema nacional de innovación. En una segunda etapa, se trabajó con un grupo interinstitucional de organismos públicos y privados en la formulación del Programa de Innovación Tecnológica, a través de la metodología de matriz de marco lógico, que prevé un análisis preliminar de causa - efecto y la consecuente identificación de los componentes y las actividades del Programa.

a) Identificación de principales debilidades del Sistema Nacional de Innovación:

- Muy bajo nivel en Investigación. Elevada edad media de los Investigadores;
- Especialización en industrias tradicionales;
- Escasez de incentivos o ayudas a la innovación y al emprendimiento;
- La innovación tecnológica no es parte de la cultura y de la gestión empresarial, salvo contadas excepciones;
- Pocas empresas multinacionales. Escasa participación en redes internacionales;
- Poca asistencia pública a la innovación y ayudas poco adaptadas a las necesidades de las PYMES locales;
- Objetivos del Sistema de Innovación nada claros;
- Falta de ayudas a la exportación;
- Pocos servicios de consultoría; escasa demanda y oferta;
- Pocos Centros Tecnológicos;
- Ausencia de una estrategia que integre a los empresarios;

- Sistemas financieros poco desarrollados.

b) Análisis causal de los factores de mayor incidencia en el problema central detectado:

“Limitada capacidad de generar ventajas competitivas de las empresas nacionales”

- La innovación tecnológica no es parte central de la cultura empresarial;
- Desarticulación del sistema nacional de innovación tecnológica;
- Gestión tecnológica no está incorporada a la gestión empresarial;
- Escasos procesos de transferencia tecnológica en el Sistema de Innovación;
- Limitados Recursos humanos calificados en la gestión de la tecnología;
- Falta de incentivos a la innovación tecnológica;
- Diminuta asistencia técnica en gestión tecnológica a la industria.

c) Como consecuencia de lo anterior, se identificaron como efectos principales los siguientes:

- Bajo nivel de valor agregado en la producción de bienes y servicios;
- Bajo posicionamiento tecnológico a nivel internacional;
- IyD desvinculada de las necesidades del sector productivo;
- Baja productividad de la industria manufacturera;
- Balanza de pagos desequilibrada;
- Entorno desfavorable al emprendimiento de base tecnológica;

➤ Desaprovechamiento de oportunidades empleo calificado

Analizando a la innovación en particular, como uno de los factores de la competitividad, según la metodología del Foro Económico Mundial, la posición competitiva en el país es todavía más crítica, pues como se aprecia en el cuadro (última columna), Ecuador está en el puesto 105 de los 125 países evaluados.

Tabla 13. Posición competitiva del factor tecnológico

	GCI	1 Instit.	2 Infra.	3 Macr	4 EdPr	5 EdSu	6 EfMe	7 PrTe	8 NeSo	9 Innov
FINL	2	1	10	12	7	1	17	12	11	4
USA	6	27	12	69	40	5	2	8	8	2
CHILE	27	25	35	7	57	40	24	35	30	39
ESP	28									
MEX	58									
COL	65	68	75	65	88	69	51	65	48	57
PER	74	96	91	49	48	72	66	69	47	92
VEN	88									
ECU	90	116	94	21	41	97	112	88	82	105

Fuente: World Economic Forum

Fuente: WorldEconomicForum
Elaborado por: Ministerio de Industrias y Competitividad

Por ello es imperioso contar con un programa de innovación tecnológica, con el fin de desarrollar la capacidad innovadora de las empresas del sector productivo del país y fortalecer el Sistema Nacional de Innovación, lo que incidirá en el mejoramiento de la competitividad del país.

Interpretación: Es de enorme importancia hacer énfasis en la innovación tecnológica que existe en el sector productivo de nuestro país, ya que el sector gráfico requiere de este factor para contribuir con adelantos a la actividad a la que va enfocada.

2.2.6. Fundamentos asociativos

En las últimas décadas, se manifiesta una marcada intención por crear las bases para nuevos enfoques sobre la cultura asociativa; pero particularmente el tema de la “organización empresarial de trabajo asociado”, sus manifestaciones e infraestructuras (materiales de promoción y formación, soportes, equipamientos colectivos singulares, etc.), se ha manifestado con mayor fuerza a la que se había apreciado hasta el momento.

En los países de Latinoamérica hay evidencias de que la política está en una transición incierta. No obstante tiene gran connotación el surgimiento de movimientos sociales y ciudadanos acoplados a nuevas formas de asociatividad y de acción política.

Está surgiendo una ciudadanía múltiple, que pone de manifiesto los valores comunitarios, el sentido de responsabilidad pública, la mutualidad y reciprocidad en las relaciones humanas, la justicia ecológica y de género, la lucha contra las discriminaciones y la valoración de la multi e interculturalidad. Esta nueva ciudadanía está enfatizando:

- El incremento de los derechos civiles y sociales de hombres y mujeres.
- La ejecución de acciones democráticas directas.
- Una redefinición de las instituciones del poder local, como marcos de reconstrucción de las relaciones sociales, culturales y económicas de la sociedad civil popular.
- Una demanda por un desarrollo humano económica y ambientalmente sustentable.

2.2.7. Economía social y solidaria

Como efectos de la crisis de la revolución industrial el trabajador busca formas y medios de subsistencia y trabajo mutuo desarrollando la idea del cooperativismo o asociación.

El concepto de economía solidaria abarca una gama de formas organizativas, que incluyen: las cooperativas, las empresas comunitarias, las empresas solidarias de salud, las precooperativas, los fondos de empleados, las asociaciones mutualistas, las empresas de servicios en las formas de administraciones públicas cooperativas, las empresas asociativas de trabajo, las instituciones auxiliares de la economía solidaria, los organismos de segundo

y tercer grado que agrupan organizaciones de base y toda forma asociativa solidaria que cumpla con los principios, de la economía solidaria.

Según la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria define que:

Es la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al Buen Vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital. (www.desarrollosocial.gob.ec)

Otro de los conceptos generales a nivel mundial señala que “La economía social o economía social y solidaria es un sector de la economía que estaría a medio camino entre sector privado y negocios por un lado, y sector público y gobierno por otro lado. Incluye a las cooperativas, empresas de trabajo asociado, organizaciones no lucrativas, y asociaciones caritativas” (Pérez de Mendiguren Juan Carlos, 2008).

La economía social propone la organización y el desarrollo desde la base: el desarrollo local haciendo énfasis en lo territorial, y los emprendimientos de ESS desde el sistema social. Los emprendimientos de economía social y solidaria, producen la satisfacción de un conjunto de necesidades como la integración social y económica de sectores seriamente afectados por el sistema económico, preservan y promocionan formas y tecnologías productivas tradicionales, así como la diversidad cultural.

La Economía Solidaria persigue construir relaciones de producción, distribución, consumo y financiación basadas en la justicia, cooperación, la reciprocidad y la ayuda mutua. Frente al capital y su acumulación, la economía solidaria pone a las personas y su trabajo en el centro del sistema económico, otorgando a los mercados a un papel instrumental siempre al servicio del bienestar de todas las personas y de la reproducción de la vida en el planeta (Pérez de Mendiguren Juan Carlos, 2008).

Desde un punto de vista empresarial, la Economía Social se puede definir como una economía integrada por empresas privadas que actúan en el mercado, produciendo bienes y servicios, asegurando o financiando, y cuya distribución de beneficios y toma de decisiones no están directamente ligadas con el capital aportado por cada persona socia.

Evidentemente desarrollo cooperativo constituye la génesis de la Economía Social y Solidaria.

2.2.7.1.Principios de la economía social y solidaria

La concepción de la Economía Social y Solidaria da cuenta de uno de los mayores cambios ocurridos en los últimos años en todo el mundo, esto es, la irrupción de experiencias económicas solidarias guiadas por una racionalidad alternativa en el contexto de una fuerte crisis de legitimidad del modelo de desarrollo imperante. Esta idea ha ido ganando presencia en el campo de las universidades, organizaciones sociales, sindicatos, iglesias, y también en el de las políticas públicas. Ello en un contexto en que se observa la necesidad de numerosos grupos sociales por generar espacios e instrumentos económicos con un sentido diferente y alternativo al que predomina en la actualidad.

El crecimiento de esta noción ha ido a la par del crecimiento de experiencias alternativas en base a la ayuda mutua, la cooperación, las monedas sociales, o la participación democrática de los trabajadores. Seguramente el próximo paso tenga que ver con el crecimiento de las políticas públicas dirigidas a fortalecer estas prácticas, como ya ha estado sucediendo en países como Argentina, Brasil, México, Venezuela, Ecuador, entre otros. (Guerra, 2002).

El Comité Consultivo de la Comisión Europea definió los principios de la Economía social en 1999:

- Primacía del hombre y del objeto social sobre el capital
- Adhesión voluntaria y control democrático
- Conjunción de los intereses de los miembros, usuarios y del interés general
- Solidaridad y responsabilidad
- Autonomía de gestión e independencia de los poderes públicos (Argudo, 2002, pág. 87)

Los principios actualizados de la Economía Social desarrollada por la Conferencia Europea Permanente de Cooperativas, Mutualidades, Asociaciones y Fundaciones (CEP-CMAF), son los siguientes:

- Primacía de la persona y del objeto social sobre el capital
- Adhesión voluntaria y abierta
- Control democrático por sus miembros (excepto para las fundaciones, que no tienen socios)
- Conjunción de los intereses de los miembros usuarios y del interés general
- Defensa y aplicación de los principios de solidaridad y responsabilidad
- Autonomía de gestión e independencia respecto de los poderes públicos
- Destino de la mayoría de los excedentes a la consecución de objetivos a favor del desarrollo sostenible, del interés de los servicios a los miembros y del interés general (CIRIEC, 2007, pág. 67).

2.2.8. Proyecto asociativo

Un plan estratégico de inversión, que demuestra la factibilidad de retorno de la inversión, los resultados económicos favorables, sociales y ambientales, lo constituyen los proyectos sociales de naturaleza asociativa de producción y distribución.

La concepción de proyectos sociales surge para dar solución a las necesidades de planeación y dirección a nivel local, departamental, municipal y nacional, de identificar claramente el problema de fondo en una situación compleja, y de formular proyectos o vías de soluciones que conlleven a una efectiva solución.

Estos proyectos asociativos están sustentados por un conjunto de antecedentes que posibilitan evaluar cualitativa y cuantitativamente las ventajas y desventajas que presenta la asignación de recursos a una determinada iniciativa.

La ejecución de proyectos sociales y asociativos facilita la identificación, valoración y selección de alternativas de solución adecuada y eficiente que correspondan a necesidades previamente identificadas o problemas específicos. Además contribuyen al proceso de toma de decisiones, al recomendar la solución técnica más adecuada y exponer los resultados que se esperan obtener con su implementación.

En el país se tienen experiencias positivas en la ejecución de proyectos asociativos y creación de asociaciones con el fin del desarrollo económico de un grupo específico

Los años setenta fueron la década del inicio de unión gremial gráfica. A pesar de que el país ya tenía trayectoria en materia gráfica, no existía un gremio nacional que aglutinara a las asociaciones locales ya existente. Desde 1946 en la capital de la República ya funcionaba la Asociación de Industriales Gráficos de Quito mientras que en Guayaquil existía el Sindicato de Industrias Gráficas del Guayas.

El país cuenta con importantes asociaciones o gremios gráficos en la Ciudad de Quito y Guayaquil. Podemos mencionar la Asociación de Industriales Gráficos (AIG), Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha (CAPEIPI), La Federación de Industriales Gráficos del Ecuador-FIGE cuyos objetivos son promover el sistema cooperativo, buscar el desarrollo económico en conjunto y promover la educación y capacitación

Actualmente el sector desarrolla dos proyectos importantes; impulsar la educación dual a través del Bachillerato Técnico Productivo de Artes Gráficas regentada por el Ministerio de Educación y que anteriormente se trabajó en convenio con el Municipio de Quito. La finalidad de la educación dual es formar bachilleres especialistas con opciones inmediatas de empleo. Es así que el 26 de julio de 2013, se incorporó la Séptima y última promoción de Bachilleres de Artes Gráficas del Colegio Municipal “José Ricardo Chiriboga V. Como acción complementaria se creó una alianza con la Cámara de Industrias y Comercio Ecuatoriano-Alemana, para impulsar esta modalidad a través de la “Alianza para la Formación Profesional”.

En segundo lugar se apoyará el desarrollo de la nueva matriz productiva impulsada por el Ministerio Coordinador de la Producción, el Gobierno de la Provincia de Pichincha y la Senplades. Esta última escogió al Sector Gráfico de la CAPEIPI para desarrollar proyectos de disminución de las importaciones en el Sistema Nacional de Compras Públicas. Adicionalmente se trabaja en la implementación de catálogos electrónicos para promover la Producción Nacional. (CAPEIPI, 2011)

Entre una de las principales actividades que la AIG lanzó como proyecto hace 10 años atrás fue la creación de una cooperativa con la finalidad de crear una bodega de distribución

para sus miembros, pero no logró desarrollarse por falta de compromiso y organización entre los integrantes de la Asociación

La AIG tenía como proyecto el crear una asociación para adquirir los principales insumos para producción al por mayor, así los miembros podían adquirir los productos cuando eran requeridos, lamentablemente al no establecer correctamente los lineamientos de ejecución los principales beneficiarios llegaron a ser las grandes empresas... quienes se abastecían directamente de la cooperativa y desabastecían a las pequeñas imprentas, es decir llegaron a considerarse bodegas para grandes empresas y no cumplieron la finalidad de su creación. En virtud de este inconveniente se elimina la cooperativa como parte del desarrollo. (Segovia Segovia, 2013).

2.2.8.1. Gremios y asociaciones en Latinoamérica

CONLATIGRAF (Confederación Latinoamericana de la Industria Gráfica) fundada en 1967 está integrada por los gremios de países Latinoamérica, Centroamérica y el Caribe detallados a continuación.

- Federación Argentina de la Industria Gráfica y Afines, FAIGA.
- Asociación Brasileira de la Industria Gráfica, ABIGRAF.
- Asociación Colombiana de la Industria de la Comunicación Gráfica, ANDIGRAF.
- Asociación de la Industria Gráfica Costarricense, ASOINGRAF.
- Asociación Gremial de Impresores de Chile, ASIMPRES.
- Federación de Industriales Gráficos del Ecuador, FIGE.
- Asociación de la Industria Gráfica Salvadoreña, AIGSA.
- Unión de Industriales Litógrafos de México, UILMAC.
- Cámara de Industria de las Artes Gráficas de Nicaragua, CIAGRAN.
- Asociación Dominicana de Industrias Gráficas y Afines, ADIGA.
- Asociación de Industriales Gráficos del Paraguay, AIGP.
- Asociación de Industriales Gráficos del Perú, AGUDI.
- Asociación de Industriales Gráficos del Uruguay, AIGU.
- Asociación de Industriales de Artes Gráficas de Venezuela, AIAG.
- Asociación de la Industria Gráfica en Panamá, ADIGRAP

La Confederación es la representante oficial de la industria gráfica en América Latina y es la principal promotora de su desarrollo regional e internacional. A través de las organizaciones que la integran agrupa, en conjunto, a aproximadamente 55.000 empresas gráficas que emplean alrededor de 551.000 trabajadores. Con sus más de 40 años de actividad gremial, CONLATINGRAF es una de las organizaciones latinoamericanas más antiguas, con mayor actividad y presencia en los foros empresariales del mundo.

La Confederación ha tenido intervención directa y ha participado en ocho congresos mundiales de la industria de artes gráficas, uno de ellos realizado en América Latina y el último – enero 2005 – en Sudáfrica; y en 6 Congresos Iberoamericanos, los cuales se alternaron entre América Latina y Europa. En el campo de la formación especializada, promueve frecuentemente cursos de capacitación en los países de la región, por medio de CIFAG - Círculo Interamericano de Formación y Desarrollo Tecnológico para la Industria Gráfica. Auspicia la realización de las mayores exposiciones de máquinas y equipos gráficos en el continente. (Permanente, 2012, pág. 23)

En otros países de Latinoamérica se registran algunas iniciativas exitosas de proyectos de desarrollo local, cooperativismo y proyectos de Economía Social y Solidaria:

2.2.8.2.Caso Colombia – Andigraf

La industria gráfica de Colombia bajo el apoyo de Andigraf (Asociación Colombiana de la Industria de la Comunicación Gráfica) ha ido preparándose para cada uno de los segmentos del mercado y reconoce que es una industria que se enfrenta permanentemente al cambio, por este motivo crea La Cooperativa de Impresores y Papeleros de Bogotá cuyo propósito principal es “Facilitar la adquisición de materias primas, insumos y equipos para contrarrestar la especulación y el acaparamiento” (Andigraf)

Tiene como visión ser la entidad comercializadora más fuerte en el sector de las artes gráficas y papeleros de Bogotá, esto agrupando el mayor número de impresores y papeleros para hacerlos partícipes como asociados, de todos los beneficios, del trabajo solidario como son: la regulación de precios frente a otros comercializadores, evitar el acaparamiento y especulación de materias primas en épocas de escasez, brindar capacitación, bienestar y mejor calidad de vida (Andigraf)

La presente propuesta pretende dar solución a la necesidad de crear un centro de servicios en importaciones de maquinaria y repuestos para la industria gráfica situada en la ciudad de Quito, dado que en el país no se cuenta con empresas o asociaciones que se dediquen a este tipo de servicio, para ello se deben analizar algunos elementos que sustentan la relevancia y el impacto que tiene la presente propuesta, como las definiciones y principios de la Economía Social y Solidaria(ESS), condiciones de las importaciones en el país, situación de las imprentas, principios básicos de la gestión de proyectos, los estudios de factibilidad, entre otros.

2.3. Marco legal

2.3.1. Normativa aduanera

Las importaciones se definen como: “La acción de ingresar mercancías extranjeras al país cumpliendo con las formalidades y obligaciones aduaneras, dependiendo del RÉGIMEN DE IMPORTACION al que se haya sido declarado”. (Aduana del Ecuador, 2010).

Según la normativa ecuatoriana para las importaciones pueden Importar todas las Personas Naturales o Jurídicas, ecuatorianas o extranjeras que radiquen en el país que hayan sido registrados previamente como importador en el sistema ECUAPASS y aprobado por la Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador.

Estas personas radicadas legalmente en el país para poder importar deben contar con el Registro del importador, el cual se puede adquirir de la siguiente forma, según las normativas de la Aduana del Ecuador:

Una vez gestionado el RUC en el Servicio de Rentas Internas, se deberá:

Paso 1

Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades:

Banco Central del Ecuador: <http://www.eci.bce.ec/web/guest>

Security Data: <http://www.securitydata.net.ec/>

Paso 2

Registrarse en el portal de ECUAPASS: (<http://www.ecupass.aduana.gob.ec>)

1. Actualizar base de datos
2. Crear usuario y contraseña
3. Aceptar las políticas de uso
4. Registrar firma electrónica

Cuando se determina el producto a importar es necesario verificar si el mismo cumple los requisitos para dicha importación, para ello el importador debe verificar si un producto está habilitado visitando la página del organismo regulador de Comercio Exterior en el Ecuador COMEX www.comex.gob.ec, link: Resoluciones (182, 183, 184 y 364) en las cuales se disponen las restricciones y requisitos para la importación de cada producto.

Una vez cumplidos los requisitos y restricciones del producto importado podrá realizar el trámite de desaduanización de la mercadería

Para realizar esta gestión de desaduanización del producto importado la declaración aduanera de Importación (DAI) será presentada de manera electrónica, y física en los casos en que determine la Dirección General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. En los casos de que a la declaración aduanera se le asigne aforo físico o documental, esta deberá completarse el mismo día con la transmisión digital de los documentos de acompañamiento y de soporte, que no se puedan presentar en formato electrónico. Cuando no se cumpliera con el envío de los documentos indicados en el presente artículo dentro del término de los treinta días calendario, contados a partir de la

fecha de arribo de la mercancía, acarreará su abandono tácito según lo establecido en el art. 142 del COPCI sin perjuicio de la imposición de la respectiva multa por falta reglamentaria de acuerdo a lo establecido en el literal d) del art. 193 del COPCI. (Art. 67 Reg. COPCI). (Aduana del Ecuador, 2010).

Para obtener más detalles del procedimiento a seguir en esta fase de desaduanización es necesario la asesoría y servicio de un Agente Acreditado por el SENA. El listado de Agentes de Aduana autorizados se encuentra en la página web: www.aduana.gob.ec

Una vez transmitida la Declaración Aduanera al finalizar el proceso anterior, el sistema le otorgará un número de validación (Refrendo) y el canal de aforo que corresponda.

Existen varios canales de Aforo:

Canal de Aforo Automático (Art. 80 RCOPCI)

Canal de Aforo electrónico (Art. 81 RCOPCI)

Canal de Aforo documental (Art. 82 RCOPCI)

Canal de Aforo Físico Intrusivo (Art. 83 RCOPCI)

Canal de Aforo físico No Intrusivo (Art. 83 RCOPCI) (Aduana del Ecuador, 2010).

Antes de emitir el pago de LOS TRIBUTOS AL COMERCIO EXTERIOR, una vez ejecutado el aforo asignado y de no existir novedades la Aduana dispondrá el retiro de las mercancías.

2.3.1.1. Tributos del comercio exterior

“Los tributos al comercio exterior son derechos arancelarios, impuestos establecidos en leyes orgánicas y ordinarias y tasas por servicios aduaneros. (Aduana del Ecuador, 2010).

Los derechos arancelarios en el país varían de acuerdo al origen o naturaleza del producto a importar, es por esto que el porcentaje de tributos para maquinaria insumos la industria gráfica no siempre será el mismo.

2.3.1.1.1. AD-VALOREM (Arancel cobrado a las mercancías)

Impuesto administrado por la Aduana del Ecuador. Porcentaje variable según el tipo de mercancía y se aplica sobre la suma del Costo, Seguro y Flete (base imponible de la Importación)

2.3.1.1.2. FODINFA (Fondo de Desarrollo para la Infancia)

Impuesto que administra el INFA. 0.5% se aplica sobre la base imponible de la Importación

2.3.1.1.3. ICE (Impuesto a los Consumos Especiales)

Administrado por el SRI. Porcentaje variable según los bienes y servicios que se importen

2.3.1.1.4. IVA (Impuesto al Valor Agregado)

Administrado por el SRI. Corresponde al 12% sobre: Base imponible + ADVALOREM + FODINFA + ICE. (Aduana del Ecuador, 2010).

2.3.2. Normativa internacional

Las reglas Incoterms (acrónimo del inglés international commercial terms, ‘términos internacionales de comercio’) son términos de tres letras cada uno que reflejan las normas, de aceptación voluntaria por las dos partes —compradora y vendedora—, acerca de las condiciones de entrega de las mercancías, productos. Se usan para aclarar los costes de las transacciones comerciales internacionales, delimitando las responsabilidades entre el comprador y el vendedor, y reflejan la práctica actual en el transporte internacional de mercancías (Instituto de promoción de Exportación e Inversiones de Ecuador, 2013).

Según la LEY ORGÁNICA DE REGULACIÓN Y CONTROL DEL PODER DE MERCADO enfatizando en los artículos 1.-objetivo: se prohíbe y se sancionará las prácticas desleales, buscando la eficiencia en los mercados. Este sector se ha tornado una completa competencia de servicios ofrecidos en dicho sector al tener organismos eficientes de control se ha visto una difusión de dichos establecimientos al asentarse en dicha zona y disminuir los precios que el mercado ha fijado de acuerdo a su oferta ya que en la misma ley orgánica de regulación en el artículo 4 literal 5 promueve la práctica libre de mercado. Es por ello que el documento. (La Crisis del Sistema Económico Bases para Un Consenso, 2005); Enfatiza; Los problemas de la crisis económica ecuatoriana se puede clasificar bajo

cuatro categorías; la baja calidad, baja equidad, baja capacidad de gestión y falta de un sistema de rendición de cuentas”. En esta perspectiva, el sistema gráfico es de mala calidad porque es ineficiente y poco relacionado con las necesidades del mundo laboral; Es decir, las expectativas de la población exceden lo que el sistema gráfico ofrece.”

Los inconvenientes de administración y gestión del sector gráfico son severos. La administración del Distrito Metropolitano de Quito es altamente centralizada y con débil capacidad de gestión. Se detectan problemas en el diseño de políticas, en la priorización de las mismas, en la generación de consensos con los habitantes, en la ejecución y supervisión de las funciones administrativas. Es decir, la indiferente posición de asumir los deberes y responsabilidades por parte de las autoridades y dueños de las empresas del sector.

Resulta de enorme importancia el control, sobre el manejo de los desechos tanto sólidos como líquidos y del personal que laboran en las organizaciones gráficas. Este problema, debe ser tratado de forma prioritaria, bajo la dirección del Distrito Metropolitano de Quito y las autoridades que integran la preservación del medio ambiente. Entre las cuales se encuentran El Ministerio de Trabajo, Ministerio del Medio Ambiente, Ministerio de Transporte, La Cámara de Comercio, El Benemérito Cuerpo de Bomberos, La Empresa Eléctrica Quito. Con el fin de mejorar, planificar, organizar y controlar el desarrollo industrial gráfico.

Finalmente la impotencia administrativa y de gestión se refleja en la ausencia de un consenso en el ámbito central y de los diferentes actores del sector.

Junto a esta realidad es necesaria la propuesta de un Análisis Estructural para optimizar el Sector Gráfico de la ciudad de Quito.

Resulta primordial realizar un análisis que diagnostique y permita conocer la realidad de las empresas, la actitud de los propietarios y su incidencia en el medio.

Este estudio detalla la información del perímetro gráfico en estudio a través del análisis del sector, la historia del desarrollo de la población sumada a la organización y el funcionamiento, con el fin de proteger las áreas que involucra y mejorar las condiciones de vida.

De esta manera, partiendo del conocimiento del mercado y de la empresa, se presenta el análisis del entorno del sector gráfico. La información obtenida es la base de la propuesta ejecutada en este proyecto. En cuanto al entorno exterior del sector gráfico se evidencia en el mercado un servicio sin diferenciación.

En este negocio, el mercado determina los factores claves de éxito, en el servicio gráfico para los clientes son: la experiencia técnica, el precio justo, confianza, honradez y la nueva orientación de salvaguardar el medio. Otros de los datos relevantes, de la investigación son la identificación de las necesidades y atributos que generan valor, estos son:

Capacidad y asesoría técnica, atención al cliente, forma de pago, tecnología de la imprenta, tipo de atención instalaciones del taller y productos de venta.

Esta propuesta será de relevancia nacional, puesto que se socializara a las autoridades municipales de los diferentes cantones que componen el territorio ecuatoriano. Además, los beneficiarios directos serán los empresarios, empleados y habitantes del sector. Trabajarán en un ambiente de confianza, en donde se respete sus derechos y atribuciones

CAPÍTULO 3

MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipo de investigación

El diseño metodológico está determinado por el tipo de investigación que se realizará, y al ser una Investigación de nivel universitario (tercer nivel) busca dar soluciones a la problemática social y/o económica de un determinado sector productivo en base a la aplicación de la técnica de planificación de proyectos sociales

3.1.1. Investigación descrita y explicativa

El tipo de investigación a aplicarse en nuestro proyecto está integrado por dos clases:

Investigación descriptiva a aplicarse en la captura y descripción de la información de la situación problema.

Investigación explicativa con el análisis de causa-efecto del problema y la aplicación de modelos de formulación de proyectos.

3.2. Diseño de la investigación

3.2.1. Métodos de investigación

El método científico de investigación consiste en abordar la realidad del problema, estudiar la naturaleza del mismo, la sociedad y el pensamiento, con el objetivo o propósito de descubrir su origen (esencia) y sus relaciones.

En la presente investigación se utilizarán los siguientes métodos:

Método histórico – lógico

Este método permite realizar comparaciones, estudiando situaciones del pasado, analizándolas y vinculándolas con eventos de esta época, verificando la situación social y económicamente cultural del problema, logrando datos más reales para la implementación del proyecto.

En nuestro caso este método será aplicado al analizar la situación actual en la que se encuentra el sector de las imprentas, tanto social como económico; y se realizará una breve evaluación de los datos históricos con los que se cuenta.

Método inductivo – deductivo

Inductivo: Con este método se obtendrá conclusiones que parten de hechos particulares para aplicarlos en hechos generales.

Este método permitirá partir de los datos que arroje la muestra a analizar para acoplarlos a toda la población caso de estudio.

Deductivo: Con este método se puede recoger los datos generales para dar conclusiones particulares.

El método deductivo nos permitirá validar algunos de los datos del sector nacional (imprentas a nivel nacional) con relación al sector particular (pequeñas imprentas de Quito) al que vamos dirigidos.

Método analítico

Este método se utilizará en toda la investigación.

Toda la información que se logre recolectar mediante los diferentes instrumentos de análisis serán orientados a la problemática principal que es la viabilidad existente para la creación de un centro de servicios en importaciones para el sector gráfico de la ciudad de Quito.

Método sintético

Aquí es trascendental investigar las ventajas y desventajas de la creación de un centro de servicios en importaciones y ver si realmente tendría acogida en el sector gráfico de Quito, y finalmente nos permitirá realizar las conclusiones y recomendaciones de nuestro Proyecto

3.3. Población y muestra

3.3.1. Población

De acuerdo al Censo nacional económico realizado por el INEC, en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2010 existen 571 establecimientos dedicados a las diferentes actividades de impresión.

De acuerdo a investigaciones periodísticas y de proveedores de imprentas el barrio América es la zona de las imprentas de Quito. El área comprende desde la Iglesia la Basílica hasta la Universidad Central; y desde la avenida 10 de Agosto hasta Miraflores y concentra cerca de 300 negocios de artes gráficas entre medianos y pequeños. La “pequeña zona industrial” expende desde hojas volantes hasta gigantografías.

Algunos jóvenes operarios del barrio América llaman a este lugar como “la zona de las letras”, porque concentra en pocas cuadras la mayoría de imprentas de Quito

Heidelberg Ecuador S.A. ratifica que la concentración de las Pequeñas y medianas imprentas en la Ciudad se ubica en este sector

La libre competencia está presente en el lugar. La mayoría de propietarios rige sus precios y sus ofertas para el cliente. El movimiento comercial en la zona es alto y se debe a que en el sitio se desarrollan casi todo tipo de impresiones que la ciudadanía necesita.

Esta área urbana es parecida a una mini zona industrial y céntrica colindante con varios sectores comerciales y bancarios.

Tomando atención en el concepto anterior, y la información encontrada, se considera como Población motivo de estudio de la presente investigación a: las 571 imprentas ubicadas en Quito

Tabla 14. Segmentación del proyecto

TIPOS DE SEGMENTACIÓN	CARACTERÍSTICAS	CLIENTES
SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA	País	Ecuador
	Provincia	Pichincha
	Cantón	Quito
	Ciudad	Quito
SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA	Número de clientes	571
	Tamaño	Imprentas medianas y pequeñas
	Capacidad financiera	Solvente
	Sector	Privado
	Actividad	Industria gráfica
SEGMENTACIÓN CONDUCTUAL	Períodos de adquisición del servicio	periódico

Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cynthia Dayanara Cadena Polanco

3.3.2. Muestra

Es la parte de la población que se selecciona, y de la cuál realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio y sobre la cual se efectuará la medición y la observación de las variables objeto de estudio

Al estar las autoras insertadas en el sector y tener conocimientos del mismo se decidió que para tener una mayor exactitud en la información que se desea recopilar, se aplicará la fórmula que se presentará a continuación.

Fórmula de la muestra:

$$n = \frac{Z^2 \sigma^2 N}{e^2(N-1) + Z^2 \sigma^2}$$

Dónde:

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

σ = Desviación estándar de la población que, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual).

e = Límite aceptable de error muestral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador. Siendo la fórmula para calcular la muestra la siguiente:

n = ?

N = 571

σ = Valor constante de 0,5

Z = valor constante 1,96

e = valor tomado como criterio 0,09

$$n = \frac{(1,96^2) * (0,5^2) * 571}{(0,09^2) * (570) + (1,96^2) * (0,5^2)}$$

$$n = \frac{548,39}{4,617 + 0,9604}$$

$$n = \frac{768,32}{5,58}$$

n= 138

De acuerdo a los datos, se procederá a trabajar con una muestra de 138 establecimientos.

Por consiguiente se decide aplicar las diferentes técnicas de recolección de información a: 138 establecimientos de las 571 imprentas ubicadas en Quito;

3.3.2.1. Mercado objetivo

A diferencia de cuando se ofrece un producto para consumo directo, nuestro mercado está enfocado en la factibilidad que existe para la creación de un centro de servicios en importaciones para el sector gráfico de la ciudad de Quito, es por ello que nuestra población y muestra está orientada a Quito, principalmente al parque América donde se encuentra el mayor número de imprentas en nuestra ciudad.

3.3.2.2. Tratamiento estadístico

El tratamiento estadístico se realizará con la utilización de medidas de tendencia central como concepto:

La media: Sumatoria de un conjunto de puntajes divididos por el número total de estos.

La moda: Puntaje que ocurre con mayor frecuencia de la distribución de datos.

La mediana: Valor que divide una distribución de frecuencias por la mitad.

3.3.3. Tipo de muestreo

El tipo de muestreo utilizado es el **muestreo probabilístico aleatorio simple**, en el que todos los individuos tienen la misma probabilidad de ser seleccionados.

La selección de la muestra puede realizarse a través de cualquier mecanismo probabilístico en el que todos los elementos tengan las mismas opciones de salir.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En nuestro proyecto se aplicarán las siguientes:

Observación directa

La observación directa cada vez adquiere mayor credibilidad y se usa en la mayoría de investigaciones ya que permite recolectar información directa y confiable,

Esta técnica es muy útil en nuestro proyecto ya que tenemos la apertura por parte de la imprentas para verificar que la información proporcionada por medios escritos esté acorde a la realidad de las mismas

Encuestas

La encuesta se basa en un cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de la muestra.

Se elaborara un modelo de encuesta con el objetivo de determinar qué tipo de imprenta se beneficiará de nuestro servicio y si es factible el proyecto

Investigación bibliográfica

Destinada a recolectar la información de fuentes secundarias como son libros, revistas, periódicos y documentos varios.

La información que sea recolectada y que será de nuestra utilidad está enfocada en el sector gráfico, en el funcionamiento de las imprentas que serán sometidas a la investigación y a la factibilidad de la solución planteada.

3.5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Procesado los datos a través del medio estadístico se analizarán, interpretarán y se discutirán los resultados. Este servirá para futuras teorías de investigación; y nos permitirá verificar si se respondió o no el objetivo.

Para el procesamiento y análisis de datos se utilizará gráficos en forma de pastel (diagrama de pastel)

3.5.1. Diagrama de pastel

Los gráficos conocidos como gráficos circulares o de 360 grados os ayudarán a mostrar porcentajes del número de elementos comparados dentro de un gráfico circular, pueden ser de 5, ordenando los segmentos de mayor a menor, iniciando con el más amplio a partir de las 12 como el reloj. De tal manera que podamos visualizar mejor la proporción en que una característica aparece respecto a la total.

3.5.2. Formato de encuesta

El diseño del formato de encuesta se realiza en base a los objetivos y al diagrama del mercado objetivo de la demanda insatisfecha actual atendida y no atendida.

Por lo que se presenta la aplicación del modelo de encuesta según anexo 1.

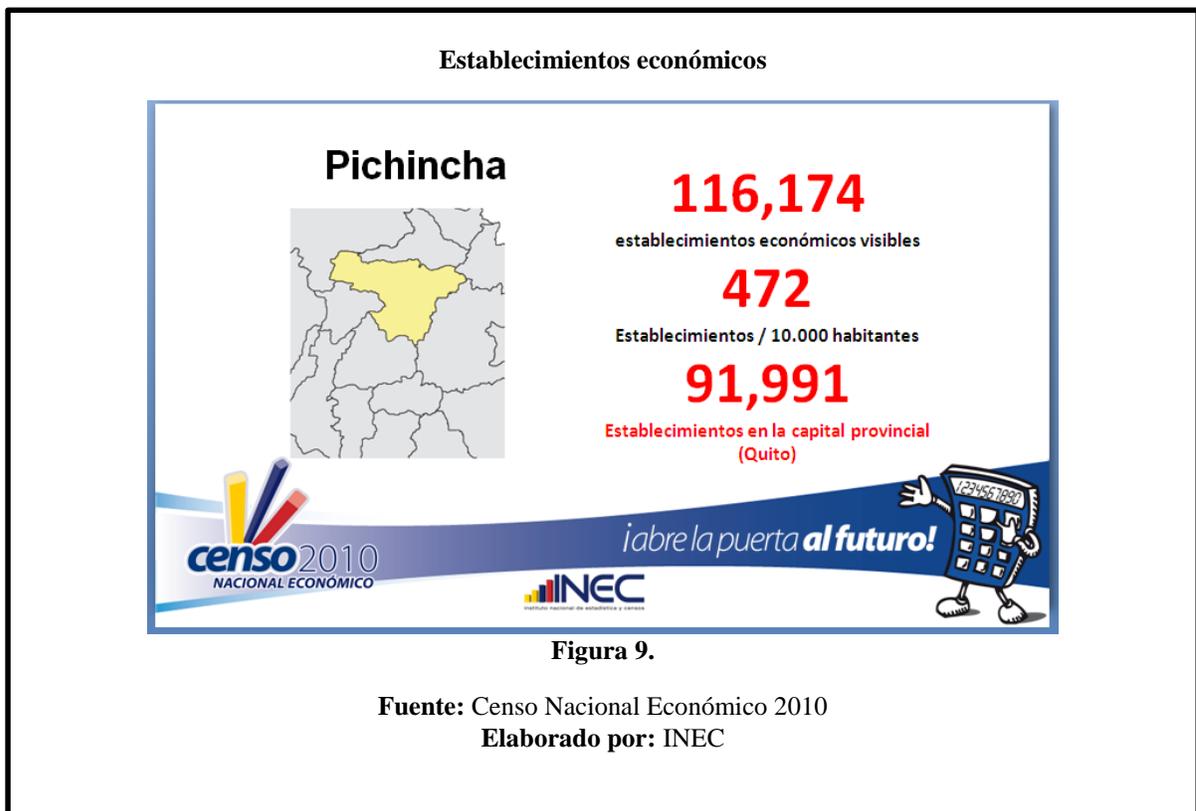
CAPÍTULO 4

PROPUESTA Y RESULTADOS

4.1. Estudio de mercado

Hoy en día en una época de globalización y de alta competitividad de productos o servicios es necesario estar a las expectativas del mercado; es por ello que para asegurar el éxito de las empresas se utilizan herramientas y técnicas como es el Estudio de Mercado.

4.1.1. Análisis de la demanda del mercado objetivo



Mercado objetivo

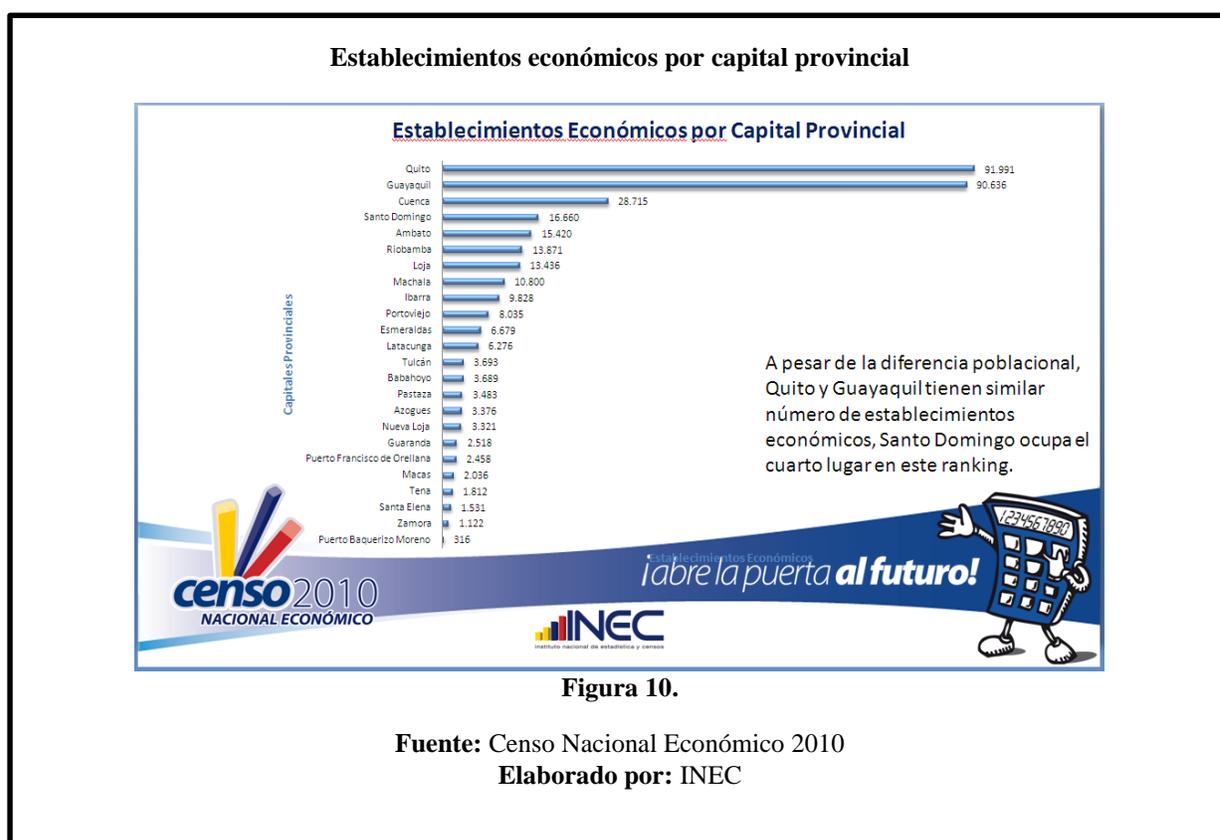
A diferencia de cuando se ofrece un producto para consumo directo, nuestro mercado está enfocado en la factibilidad que existe para la creación de un centro de servicios en importaciones para el sector gráfico de la ciudad de quito, es por ello que nuestra población

y muestra está orientada al sector gráfico, localizado principalmente en el Parque América donde se encuentra el mayor número de imprentas en nuestra ciudad.

El procesamiento de datos generará datos agrupados y ordenados, de los cuales se realizará el análisis según los objetivos realizados.

La tabulación de datos se realizará mediante el uso de herramientas estadísticas y con el apoyo de sistemas informáticos.

4.1.1.1. Análisis de la situación competitiva del mercado



Como podemos apreciar en el Cuadro de INEC 2014, Quito es una de las ciudades que mayores establecimientos económicos poseen; y al ser la Capital de Ecuador es la que más variedad oferta.

Características del sector

La capacidad productiva del sector gráfico en el Ecuador ha dependido de equipos e insumos del exterior, en vista de que en el Ecuador no existen empresas que ensamblen maquinaria offset, software de programación, maquinaria de acabados, papel, tintas, repuestos, placas, mantillas; entre los principales que podemos mencionar para que una empresa gráfica funcione normalmente. Esta falencia ocasiona que la industria gráfica dependa de los procesos de importación al 100% para su producción.

4.1.1.2. Definición y diferenciación del producto

El producto que se desea proponer mediante esta investigación es un centro de importaciones, al que pueda acudir toda persona dedicada a la actividad gráfica y que maneje su negocio de forma empírica, ya que el principal objetivo de este proyecto es facilitar el servicio de importación de maquinaria e insumos a las pequeñas imprentas dándoles la oportunidad de adquirir sus insumos directos a distribuidores calificados garantizando la eficiencia en sus operaciones, optimizando los procesos y tiempos de entregas de sus productos (impresos, volantes, documentos, etc.)

4.1.1.3. Diseño de la investigación

Métodos de investigación

De acuerdo al método de Investigación, se ha utilizado el método científico, con el que se ha podido observar la situación actual del sector de las imprentas ubicadas en el parque América y sus alrededores. En la presente investigación se utilizaron los siguientes métodos:

Método histórico – lógico

En este caso se ha podido indagar en cuanto al aspecto social y económico del sector analizado, tanto al haber conseguido algunos datos históricos en instituciones que poseen bases de datos referentes a esta industria.

Método inductivo – deductivo

Inductivo: Aquí se ha trabajado con los datos que arrojó la muestra a analizar para acoplarlos a toda la población caso de estudio.

Deductivo: Aquí se ha tomado los datos más relevantes de este sector a nivel nacional.

Método analítico

Para el método analítico se ha procedido a realizar la encuesta a la muestra obtenida para recolectar la información necesaria para el estudio.

Método sintético

Se ha analizado algunas de las ventajas y desventajas de la creación de un centro de servicios en importaciones dentro del sector gráfico para poder continuar el estudio de viabilidad del mismo.

4.1.1.4. Determinación del mercado objetivo

A diferencia de cuando se ofrece un producto para consumo directo, nuestro mercado está enfocado en la factibilidad que existe para la creación de un centro de servicios en importaciones para el sector gráfico de la ciudad de Quito, es por ello que nuestra población y muestra está orientada al sector gráfico de Quito, centralizándose en su mayoría en el Parque América donde se encuentra el mayor número de imprentas en nuestra ciudad.

4.1.1.5. Determinación del tamaño de la muestra

De acuerdo a la población existente de 571 establecimientos, se obtuvo una muestra correspondiente a 138 imprentas con las que se trabajará en la aplicación de las técnicas e instrumentos de recolección de dato expuestos en el capítulo anterior

4.1.1.6. Aplicación de encuestas

Las encuestas han sido aplicadas a los dueños de las imprentas que se encuentran ubicadas en los alrededores del Parque América, quienes tienen experiencia en esta actividad.

4.1.1.7. Tabulación y análisis de datos

PREGUNTA 1

Grado de instrucción del propietario

Tabla 15. Pregunta 1

Opciones	Primaria	Secundaria	Superior	Maestría	Total
Número de establecimientos	0	41	57	5	138
Porcentaje	0%	40%	55%	5%	100%

Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cynthia Dayanara Cadena Polanco

Análisis e interpretación de resultados

Como se puede ver en la pregunta 1: el 40% tiene instrucción secundaria, el 55% superior y solamente un 5% tiene maestría, sin embargo se puede observar que el mayor porcentaje de propietarios tienen una instrucción de al menos tercer grado.

PREGUNTA 2

¿El local donde usted trabaja es?

Tabla 16. Pregunta 2

Opciones	Propio	Arrendado	Total
Número de establecimientos	38	65	138
Porcentaje	37%	63%	100%

Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cynthia Dayanara Cadena Polanco

Análisis e interpretación de resultados

Como se puede ver en la pregunta 2 el 37% tiene un local propio y el 63% trabaja en un local que es arrendado.

PREGUNTA 3

¿Para poder trabajar en este local tuvo que modificarlo?

Tabla 17. Pregunta 3

Opciones	Sí	No	Total
Número de establecimientos	50	53	138
Porcentaje	49%	51%	100%

Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cynthia Dayanara Cadena Polanco

Análisis e interpretación de resultados

Como se puede ver en la pregunta 3 el 49% de involucrados afirma que para poder trabajar en las instalaciones tuvieron que modificar el local, mientras que un 51% no tuvieron que hacerlo.

PREGUNTA 4

¿Cuántos empleados tienen trabajando en su empresa?

Las empresas tienen un mínimo de 0 y un máximo de 15 personas trabajando en sus instalaciones; pero la mayoría oscila entre 2 y 5 personas al ser la mayoría de encuestadas pequeñas rentas.

PREGUNTA 5

¿Cuántas máquinas tiene funcionando en su local?

La mayor parte de imprentas tiene un mínimo de 1 y un máximo de 14 máquinas en funcionamiento en su local: pero la mayoría oscila entre 2 y 5 máquinas.

PREGUNTA 6

¿Qué tipo de servicio brinda a sus clientes?

Tabla 18. Pregunta 6

Opciones	Encuadernado	Guillotinado	Barnizado	Impresión	Diseño gráfico y asesoría	Total
Número de establecimientos	61	65	53	92	0	138
Porcentaje	59%	63%	51%	89%	0%	100%

**Las empresas señalaron más de una opción, por ello los porcentajes de la tabla obtenidos*

Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cynthia Dayanara Cadena Polanco

Análisis e interpretación de resultados

Como se puede ver en la pregunta 6, el 22% de negocios brindan servicio de encuadernado, el 24% de guillotinado, un 20% de barnizado y un 34% de impresión (es importante tomar en cuenta la tabla inicial, pues los negocios escogieron más de una opción).

PREGUNTA 7

¿Tiene convenios con otras empresas gráficas del sector?

Tabla 19. Pregunta 7

Opciones	Sí	No	Total
Número de establecimientos	21	82	138
Porcentaje	20%	80%	100%

Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cynthia Dayanara Cadena Polanco

Análisis e interpretación de resultados

Como se puede ver en la pregunta 7 el 80% de las empresas no tiene convenios con otras empresas gráficas del sector y un 20% de los negocios sí tiene.

PREGUNTA 8

¿Estaría interesado en contar con un servicio de importaciones para el sector gráfico?

Tabla 20. Pregunta 8

Opciones	Sí	No	Total
Número de establecimientos	95	8	138
Porcentaje	92%	8%	100%

Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cynthia Dayanara Cadena Polanco

Análisis e interpretación de resultados

Como se puede ver en la pregunta 8 el 92% de los negocios sí estarían interesados mientras que tan solo el 8% restante no estaría de acuerdo con esto. El 8% representa a las grandes imprentas que tienen departamentos de importaciones propios

PREGUNTA 9

¿Adquiere equipos para su imprenta frecuentemente?

Tabla 21. Pregunta 9

Opciones	Sí	No	Total
Número de establecimientos	46	57	138
Porcentaje	45%	55%	100%

Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cynthia Dayanara Cadena Polanco

Análisis e interpretación de resultados

Como se puede ver en la pregunta 9 el 45% de negocios adquieren equipos de manera frecuente, mientras que el 55% restante no lo hace.

PREGUNTA 10

¿La maquinaria, repuestos o insumos que requiere en su trabajo tienen altos costos?

Tabla 22. Pregunta 10

Opciones	Sí	No	Total
Número de establecimientos	86	17	138
Porcentaje	83%	17%	100%

Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cynthia Dayanara Cadena Polanco

Análisis e interpretación de resultados

Como se puede ver en la pregunta 10 el 83% de negocios considera que la maquinaria, repuestos o insumos que requieren en su trabajo tienen altos costos, mientras que el 17% restante no considera lo mismo.

PREGUNTA 11

¿Considera importante la creación de un centro de servicios de asesoramiento en importaciones para el sector gráfico?

Tabla 23. Pregunta 11

Opciones	Sí	No	Total
Número de establecimientos	92	11	138
Porcentaje	89%	11%	100%

Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cynthia Dayanara Cadena Polanco

Análisis e interpretación de resultados

La pregunta 11 refleja que el 89% de los negocios consideran importante la creación de un centro de servicios de asesoramiento en importaciones para el sector gráfico, mientras que únicamente el 11% no lo considera así.

PREGUNTA 12

¿Qué tipo de proveedores prefiere?

Tabla 24. Pregunta 12

Opciones	Nacional	Extranjera	Total
Número de establecimientos	45	58	138
Porcentaje	44%	56%	100%

Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cynthia Dayanara Cadena Polanco

Análisis e interpretación de resultados

En la pregunta 12 se puede ver que el 56% de negocios prefieren proveedores extranjeros, mientras que el 44% restante prefieren proveedores nacionales.

PREGUNTA 13

¿Formaría usted parte de una asociación creada con el fin de integrar a las pequeñas imprentas facilitando sus procesos de importación?

Tabla 25. Pregunta 13

Opciones	Sí	No	Total
Número de establecimientos	80	23	138
Porcentaje	78%	22%	100%

Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cynthia Dayanara Cadena Polanco

Análisis e interpretación de resultados

La pregunta 13 refleja que el 78% de imprentas sí formarían parte de una asociación creada con el fin de integrar a las pequeñas imprentas facilitando sus procesos de importación, mientras que solamente un 22% no lo haría.

PREGUNTA 14

¿Cuál de los siguientes servicios tendría preferencia al momento de acudir a este centro de servicios en importaciones?

Tabla 26. Pregunta 14

Opciones	Precio	Calidad	Marca	Asesoría	Total
Número de establecimientos	52	72	10	22	138
Porcentaje	50%	70%	10%	21%	100%

Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cynthia Dayanara Cadena Polanco

Análisis e interpretación de resultados

La pregunta 14 nos dice que el 46% de los negocios tienen como preferencia la calidad, un 33% el precio, un 14% la asesoría y el 7% restante la marca (es importante tomar en cuenta la tabla inicial, pues los negocios escogieron más de una opción).

PREGUNTA 15

¿Qué tipo de proveedores de maquinaria, repuestos e insumos gráficos conoce?

Análisis e interpretación de resultados

Las empresas respondieron: Heidelberg, Komori, Vernaza, Flint, Exicopre, Gavilanes, Epson, Canon, Xerox, marcas chinas.

PREGUNTA 16

¿Qué centros de servicios en importaciones para el sector gráfico conoce?

Análisis e interpretación de resultados

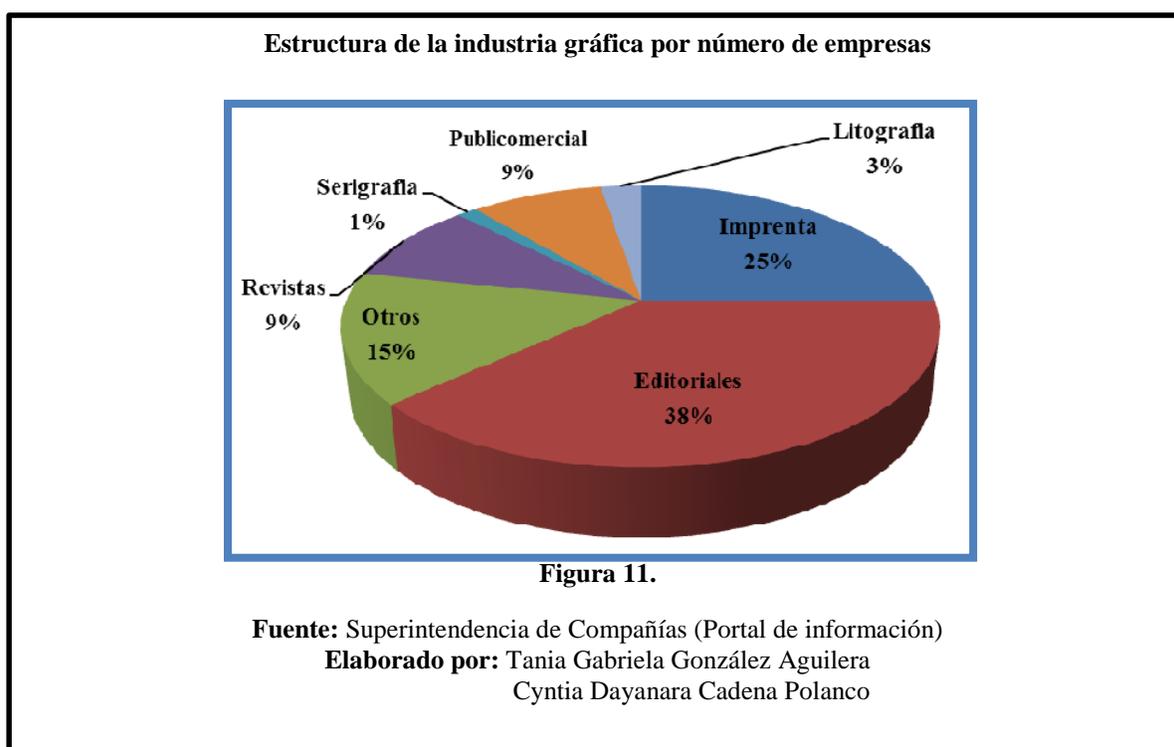
Las empresas respondieron que no conocen ningún centro de servicios en importaciones para el sector gráfico. Lo que corresponde a una ventaja competitiva para el desarrollo del proyecto

4.1.1.8. Determinación de la demanda del mercado objetivo

4.1.1.8.1. Estudio de la demanda

La demanda potencial de un bien está definida por todas aquellas personas que podrían estar interesadas en comprar dicho producto y es por esto que es primordial definirla al momento de decidir comercializar un bien (leet)

Dentro del estudio de la demanda se va a analizar el segmento que ocupa un mayor porcentaje dentro de la industria gráfica y el resultado de las encuestas



Como se puede observar en el cuadro informativo de la Superintendencia de Compañías uno de los mayores porcentajes que la industria gráfica posee es la imprenta, la cual genera un 25% de participación en el mercado gráfico

Para el cálculo de la demanda se toma en cuenta datos obtenidos en la aplicación de las encuestas. El porcentaje de aceptación es del 92%, según la pregunta N° 8 de la encuesta (tabulada con el cuadro N° 20) en el cual se refleja que este porcentaje utilizaría los servicios que nuestro Centro de Importaciones proyecta ofrecer.

Como se observa en el siguiente cuadro, el número de demandantes existentes es de 571 imprentas según datos del INEC, el porcentaje de aceptación se lo estableció de acuerdo a la pregunta N° 11 de la encuesta por lo tanto se estima una demanda actual de 525 imprentas en Quito.

Tabla 27. Demanda actual

N° demandantes	% de aceptación	Demanda Actual Imprentas
571	92%	525

Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cynthia Dayanara Cadena Polanco

4.1.1.8.2. Proyección de la demanda

La demanda proyectada se la realiza con la finalidad de obtener datos para los próximos años de actividad para la empresa. Para la proyección de la demanda del presente proyecto se tomará como referencia el porcentaje de crecimiento empresarial hasta el 2010, que es del 4.90%.

Tabla 28. Proyección de la demanda

Años	N° demandantes	Demanda actual
Año 1	571	525
Año 2	598	550
Año 3	627	576
Año 4	657	604
Año 5	689	633

Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cynthia Dayanara Cadena Polanco

4.1.2. Análisis de la oferta y condiciones de la competencia

4.1.2.1. Principales competidores

La oferta del servicio en estudio se encuentra dentro de un mercado de competencia perfecta, esto es debido a que existen algunos oferentes pequeños y grandes en relación con el mercado, así también existen decisiones totalmente libres tanto de oferentes como de demandantes.

Las empresas detalladas a continuación son proveedores de maquinaria e insumos gráficos, no ofrecen servicios de importaciones, sino únicamente cuando la compra del producto se realice directamente; lo que resulta una alta ventaja competitiva para este proyecto.

Principales proveedores /competidores

Comercial Stimgraf

Ferrostal

Grafinal

Graphic Source

Heidelberg

Vernaza

Muller Martini

Dispapeles

Propandina

VernazaGrafic

Xerox

Prográfica

4.1.2.2. Participación en el mercado

Para esta investigación se toma como referencia la pregunta no. 16 de la encuesta, donde el 100% de los encuestados exponen que no existe en el mercado un centro de servicios de importaciones destinado para la industria gráfica. Por este motivo se considera únicamente a los proveedores

4.1.2.3. Oferta del producto

Como se menciona en los puntos anteriores el servicio que proponemos en el presente proyecto es nuevo y abierto para todas las imprentas de Quito, por lo que la Oferta del Producto o Servicio no se puede determinar en base a análisis estadísticos.

Al establecer que los proveedores nacionales pueden ser una competencia indirecta del producto es importante resaltar la distribución porcentual de imprentas vs. proveedores en la Ciudad de Quito

A nivel nacional existen 3951 establecimientos gráficos y apenas el 6.93% son sociedades y el 93.07% son personas naturales. A la vez el 43.91% del total de los establecimientos gráficos registrados en el SRI, pertenecen a la provincia de Pichincha, seguido del 32.57% en la provincia del guayas. La asociación de industriales gráficos de Quito AIG cuenta con 123 socios activos en donde el 10.56% son proveedores de insumos, el 10.56% corresponde a editoriales y el 78.88% son imprentas (Chavez Acurio , 2012, pág. 108)

4.1.2.4. Determinación de la demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha es aquella en la cual el público no ha logrado acceder al producto y/o servicio y en todo caso si accedió no está satisfecho con él.

La demanda insatisfecha de nuestro servicio se considera al número total de imprentas de la demanda, es decir las 525 imprentas.

Considerando la ubicación geográfica de las imprentas obtenido por la observación directa se puede definir que la mayor demanda de nuestro servicio será en el Sector del Parque América

4.1.3. Estrategias de mercadeo

4.1.3.1. Producto o servicio

El producto o servicio son aquellos bienes que se ofrecen en un mercado para su uso o consumo.

El producto que se desea ofrecer es un centro de servicios en importaciones para el sector gráfico de la ciudad de Quito.

4.1.3.2. Precio

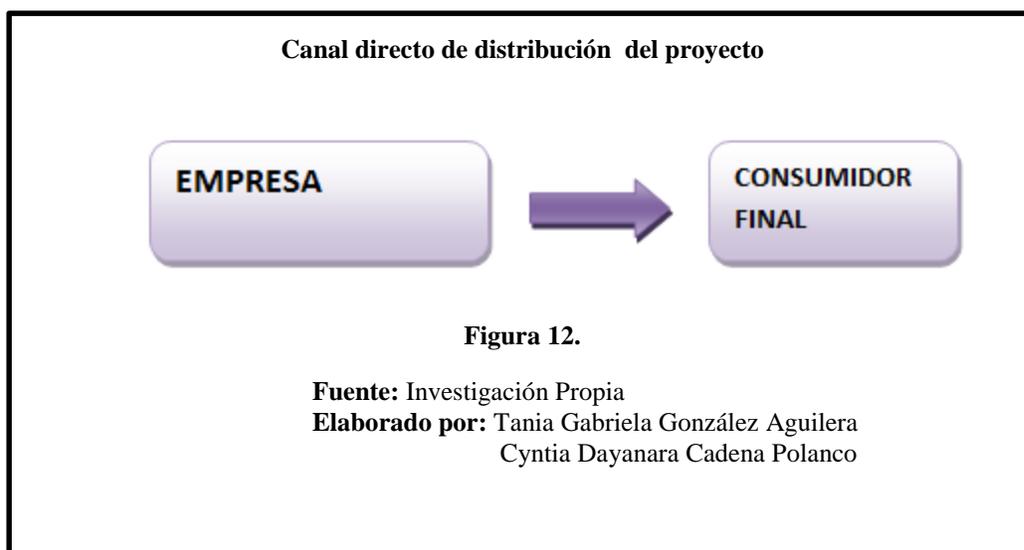
Para determinar el precio del producto o servicio a ofrecerse se debe realizar un estudio de mercado con el objetivo de establecer el precio adecuado para el mercado objetivo, que este caso son las pequeñas imprentas del sector gráfico de Quito.

La fijación del precio se dará a partir de los costos más utilidades y competencia, además variará de acuerdo al tipo de servicio que se preste a determinado cliente.

4.1.3.3. Distribución

La distribución o comercialización es la actividad que permite al productor u ofertante de servicios hacer llegar un bien o servicio al cliente con los beneficios de tiempo y lugar.

El objetivo principal de una distribución es hacer llegar los bienes y/o servicios desde el ofertante hasta el consumidor.



Como se observa en este canal la distribución que se realizará nuestro servicio va a ser directa.

4.1.3.4. Promoción y publicidad

Las Publicidad y Promoción son técnicas, estrategias, o medios que pueden utilizar las empresas para poder potenciar la venta y el posicionamiento del producto o servicio a introducir.

La promoción y publicidad para este proyecto se puede realizar por varios medios como:

- Afiches
- Flyers
- Dípticos
- Trípticos
- Hojas volantes
- Página web
- Anuncios en diarios, revistas o Internet
- Llamadas directas

Adicionalmente a la práctica de estas estrategias, creemos que es de fundamental importancia añadir un servicio de asesoría para buscar financiamiento en las distintas opciones que ofrece el mercado financiero actual, ya que este aspecto influye directamente en la generación de costos de las pequeñas imprentas y por ende en su rendimiento económico. Esto hará que podamos brindar a la comunidad gráfica una asesoría integral con mayores beneficios.

A continuación presentamos varios lineamientos importantes en el tema del financiamiento:

Fuentes de financiamiento

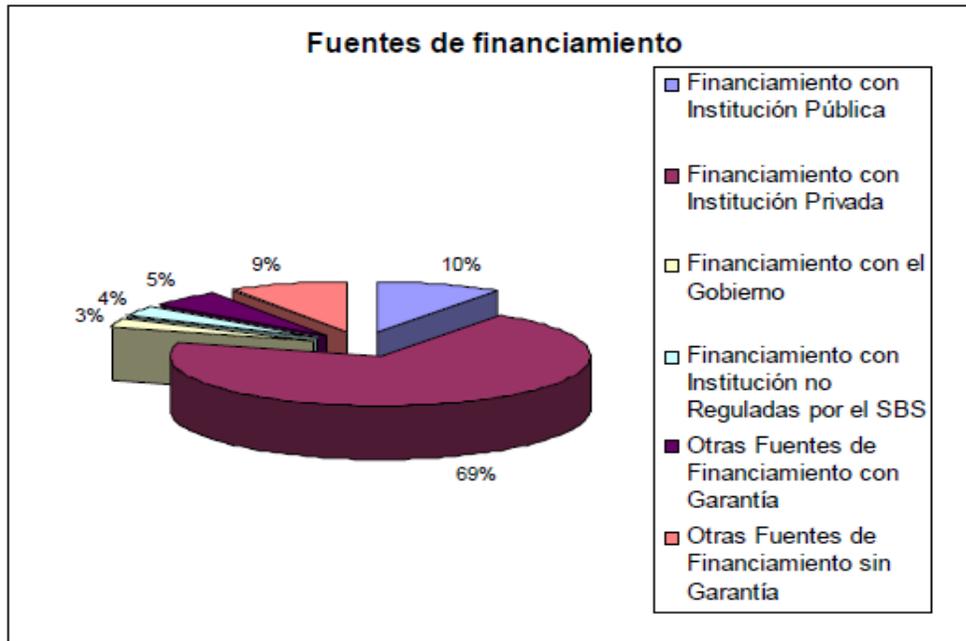
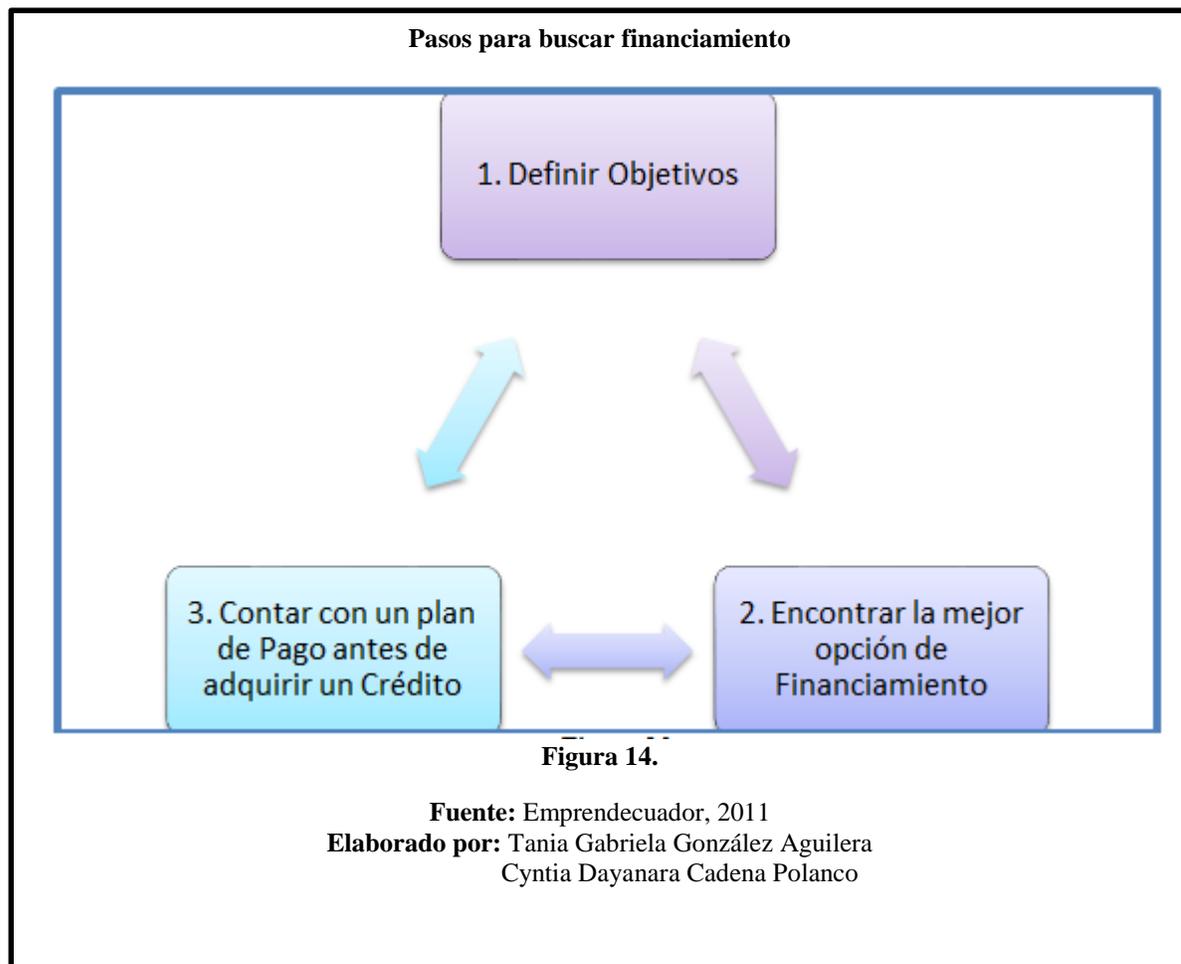


Figura 13.

Fuente: INEC, Censo Nacional Económico 2010
Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cynthia Dayanara Cadena Polanco

El reporte del Ministerio de Industrias y Productividad al analizar las fuentes de financiamientos para PYMES y Artesanías señala que el 69% de las pequeñas empresas prefieren a las instituciones privadas (banca privada), seguido otras fuentes sin garantías con el 10% y 9% respectivamente. El gobierno ecuatoriano ofrece varios programas direccionados al financiamiento de las PYMES, que buscan cubrir las necesidades del pequeño comerciante y cubrir el déficit de financiamiento.

Según Emprendec Ecuador (2011), conseguir el dinero necesario para llevar a cabo una idea de negocios es una de las preocupaciones más grandes de cualquier emprendedor. Muchos emprendedores se quejan de las condiciones adversas que proponen las fuentes privadas y otros culpan a la falta de interés del sector público, pero el problema central es que la gran mayoría de emprendedores no saben qué se necesita hacer para conseguir financiamiento



- **Definir objetivos**

La empresa debe analizar sus s necesidades financieras en base a los objetivos que busca el negocio. Es necesario un análisis de la situación actual de la empresa y proyectar sus posibles escenarios en cuanto a ventas, gastos, utilidad.

Se debe establecer el monto que necesita para cubrir la necesidad de dinero

- **Encontrar la mejor opción de financiamiento**

En este punto se debe analizar la mejor opción para el financiamiento, existen diversas entidades privadas y públicas que ofrecen financiamientos pero es necesario comparar las distintas opciones y condiciones que requieren.

- **Contar con un plan de pago antes de adquirir un crédito**

Se debe planificar el presupuesto para incluir los desembolsos mensuales, bimestrales o semestrales que un financiamiento origina

A continuación, algunos de las entidades con programas públicos de financiamiento para emprendedores:

MIPRO: El Ministerio de Industrias y Productividad

MIES Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria

SENAMI: Fondo Concursadle "El Cucayo"

Banco Nacional del Fomento:

CFN: La Corporación Financiera Nacional

CAPÍTULO 5

ESTUDIO TÉCNICO

5.1. Estudio técnico

La realización del estudio técnico se enfoca a contestar las siguientes preguntas ¿cómo?, ¿cuándo? ¿Por qué?, de esta manera se podrá establecer la factibilidad de invertir en el proyecto así como ver las ventajas financieras y económicas de ofrecer el servicio de importaciones para las industrias graficas

5.1.1. Determinación del tamaño del proyecto

El principal objetivo de este punto consiste en determinar el tamaño o dimensiones que debe tener la bodega requeridos para el proyecto. El tamaño del proyecto se define por la capacidad física o real que tenga en un período dado.

Es trascendental analizar el tamaño de este centro de importaciones, ya que si se desea estudiar la viabilidad del proyecto, esto implica que existirán nuevos productos para para entregar al cliente, por ende se incrementará la distribución de los mismos, siendo indispensable contar con un espacio adecuado en el que se pueda recibir la mercadería de los distintos proveedores.

Desde el punto de vista físico se analizarán los siguientes aspectos:

- La demanda
- Disponibilidad de materia prima / servicio a ofertar
- Financiamiento

Después de realizar el estudio de mercado, se determina la viabilidad para la ejecución del proyecto puesto que los resultados obtenidos muestran una demanda insatisfecha de 525 imprentas para el primer año.

El producto al ser un servicio es un bien intangible y podemos indicar que en el Ecuador existe todos los recursos físicos e intelectuales que permiten cumplir con el objetivo.

Desde el punto de vista del enfoque de bienes a ser importados para las diferentes imprentas podemos mencionar que los productos serán maquinaria, insumos y repuestos de la industria gráfica cuyo origen principal será Alemania y Estados Unidos, y dependerá del requerimiento inicial de los demandantes

En el aspecto del financiamiento es importante destacar que si no se dispone de capital propio se podría obtener ayuda a través de un crédito bancario y en el país se dispone de varias instituciones que otorgan créditos con diferentes tasas de interés establecidas por el Banco Central, lo importante es llevar adelante la propuesta de negocio que se pretende concretar. Se recurrirá a realizar un préstamo en el Banco del Austro, que ofrece facilidad para acceder al crédito bancario.

5.1.2. Localización del proyecto

La localización tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto; es decir cubriendo las exigencias del presente estudio, contribuyendo a minimizar costos de inversiones innecesarias.

La ubicación de la empresa y en este caso específico de centro de importaciones, tiene una considerable repercusión sobre los resultados del negocio.

La localización se relaciona más estrechamente con la distribución, comercialización y venta del servicio.

El presente estudio de viabilidad de, se enfocará en el sector del parque América donde se encuentran los negocios del caso de estudio.

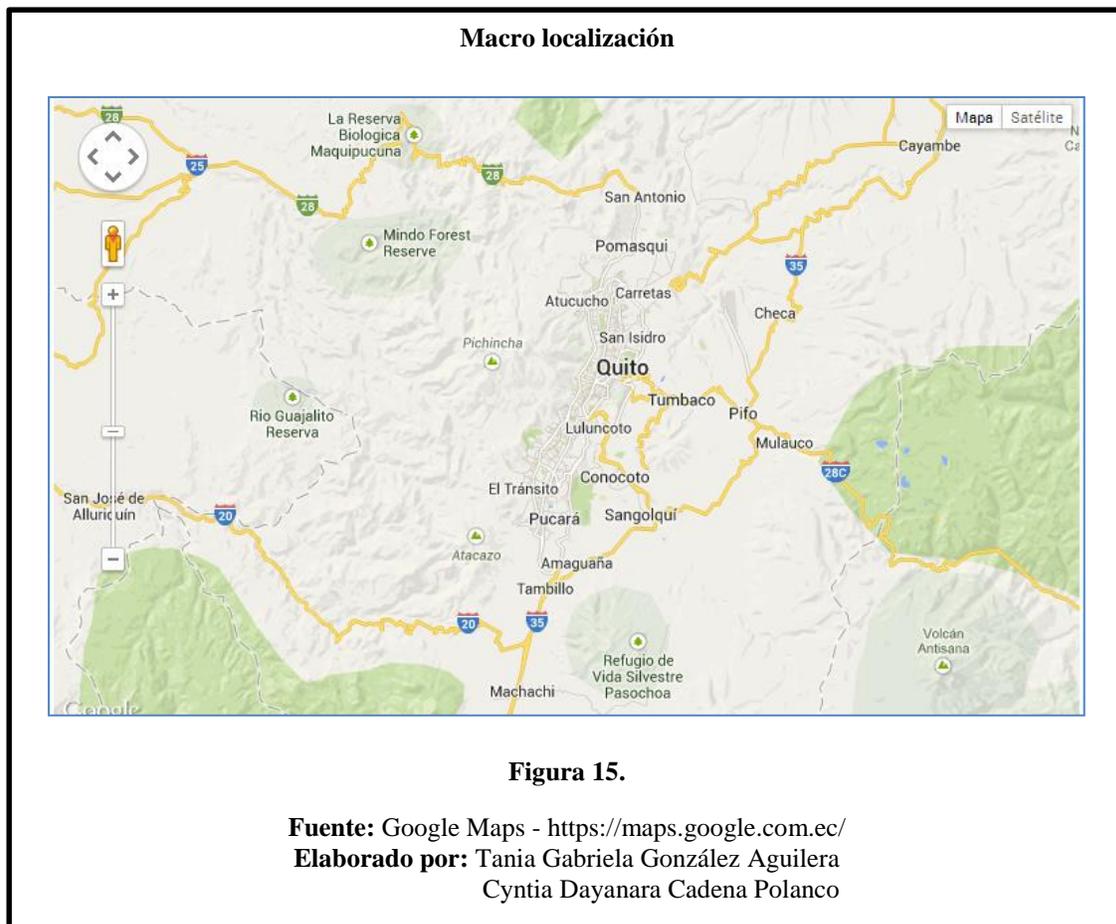
Posteriormente quedará abierta la posibilidad de proyectarse a mediano o largo plazo expandirse al norte o sur de la ciudad.

5.1.2.1. Macro localización

Particularmente se ha elegido para el estudio que la empresa esté ubicada en la Provincia de Pichincha cantón Quito, al ser este un proyecto que involucra el servicio a imprentas se cree

conveniente colocar la empresa en un punto céntrico que permita poner el servicio al alcance de los clientes

En el siguiente mapa de Quito podemos ver la ubicación aproximada de la ciudad:



5.1.2.2. Micro localización

Como mencionamos anteriormente la mayoría de imprentas pequeñas se encuentran en el Sector del Parque América, por lo que la ubicación deberá ser en ese sector. Aquí se señalará la ubicación de la planta:

Micro localización

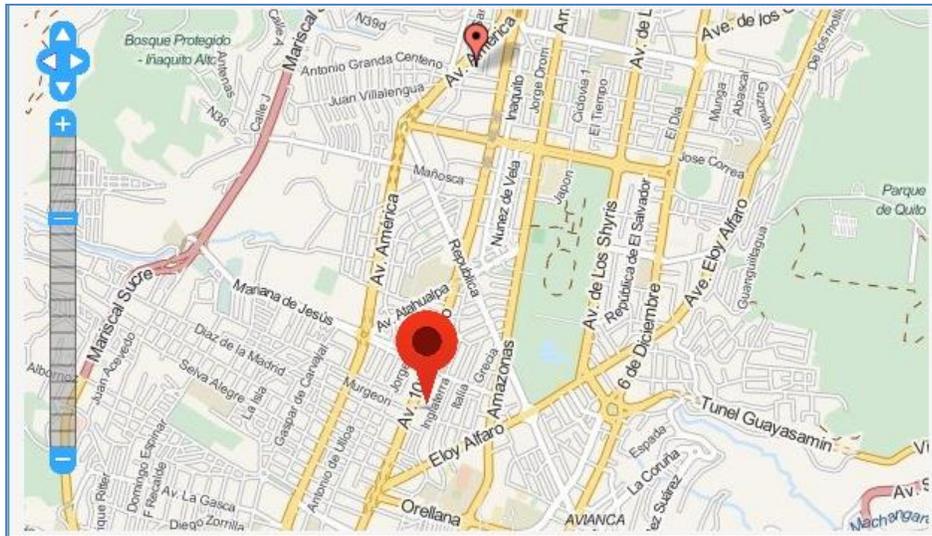


Figura 16.

Fuente: Google maps - <https://maps.google.com.ec/>

Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cynthia Dayanara Cadena Polanco

Factores para determinar la micro localización

Disponibilidad de medios y costos de transporte: Aquí es importante considerar que no solo interesa el peso de los productos, sino también el volumen. Se debe tomar en cuenta además la distancia que existe entre las fuentes de abastecimiento y el mercado consumidor

Para este proyecto este factor no es un limitante, puesto que la localización de la empresa es central y por ende los costos de transporte tampoco no serían excesivos.

Proximidad de los clientes: De manera general es común decir que a mayor cercanía del mercado, habrá una mayor capacidad de la empresa de influir sobre las decisiones de las personas del entorno debido al impacto social. Por ello resulta vital este estudio de viabilidad, con el objetivo de adelantarnos y tomar delantera convirtiéndose en una ventaja competitiva en el mercado.

5.1.3. Ingeniería del proyecto

Comprende los aspectos técnicos y de infraestructura que permitan el proceso de prestación del servicio.

El objetivo principal de la ingeniería es continuar con el análisis de la metodología para el diseño del proyecto, tomando en cuenta la realidad y la relación entre los diversos componentes que forman parte del estudio. Es decir, que esta es la etapa dentro de la formulación del estudio donde se definen los recursos necesarios y la estimación de la inversión para llevar a cabo el proyecto. En el desarrollo del estudio de un proyecto de inversión a la ingeniería le corresponde definir:

- Adecuación del local

Tabla 29. Adecuación del local

DETALLE		COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
ADECUACIÓN AMBIENTACIÓN	Y	300,00	300,00
SUBTOTAL		300,00	300,00
IMPREVISTOS 2%		6,00	6,00
TOTAL		306,00	306,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cyntia Dayanara Cadena Polanco

- Muebles y enseres

Tabla 30. Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
ÍTEM	CANT	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Mueble Gerente	1	1.126,00	1.126,00
Sillón ejecutiva	1	374,00	374,00
Modulo bajo fijo derecho 1gaveta	1	613,00	613,00
Escritorios	2	150,00	300,00
Silla secretaria	2	70,00	140,00
Silla visita	4	35,00	140,00
Archivador 4 gavetas	2	120,00	240,00
Sofá bipersonal	1	120,00	120,00
Dispensador agua	1	120,00	120,00
SUBTOTAL			3.173,00
IMPREVISTOS 2%			63,46
TOTAL			3.236,46

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
 Cyntia Dayanara Cadena Polanco

- Equipos de computación

Tabla 31. Equipos de computación

EQUIPOS COMPUTACIÓN			
ÍTEM	CANT	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Computador	2	613,27	1.226,54
Laptop	1	1.050,00	1.050,00
Impresora HP Laser jet Pro 100 color	1	385,00	385,00
SUBTOTAL			2.661,54
IMPREVISTOS 2%			53,23
TOTAL			2.714,77

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
 Cyntia Dayanara Cadena Polanco

- Equipos de oficina

Tabla 32. Equipos de oficina

EQUIPOS OFICINA			
ÍTEM	CANT	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Teléfonos	3	40,00	120,00
Teléfono celular	1	120,00	120,00
Varios	1	140,00	140,00
SUBTOTAL			380,00
IMPREVISTOS 2%			7,60
TOTAL			387,60

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cyntia Dayanara Cadena Polanco

- Vehículo

Tabla 33. Vehículo

VEHICULOS			
ÍTEM	CANT	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
FURGONETA	1	20.000,00	20.000,00
SUBTOTAL			20.000,00
IMPREVISTOS 2%			400,00
TOTAL			20.400,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cyntia Dayanara Cadena Polanco

5.1.3.1. Proceso de servicio

El llevar un proceso lógico y ordenado del requerimiento de un proceso de importaciones es un factor principal para satisfacer las necesidades de nuestros clientes. Cabe recalcar que el tiempo de entrega y cumplimiento de costos que el cliente busca hace nuestra principal ventaja diferenciadora frente a los proveedores locales y tradicionales de la industria gráfica

5.1.3.2. Definición del proceso de servicio

La operación del proyecto empieza con el requerimiento de importación del maquinaria, repuestos o insumos del cliente. A continuación se muestra el proceso a seguir:

Flujograma

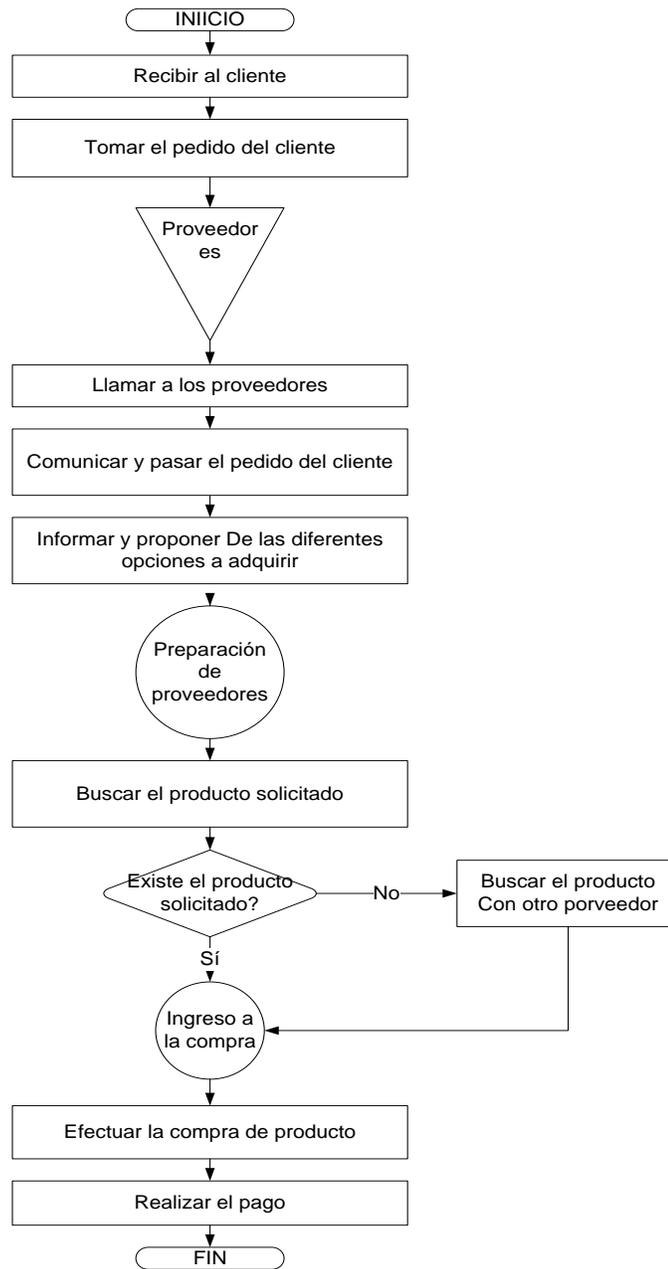


Figura 17.

Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cyntia Dayanara Cadena Polanco

Proveedores

Se trabajará con proveedores internacionales pertenecientes al sector gráfico, el centro de importaciones en Quito, con los cuales se pactarán acuerdos comerciales especificando:

- Tiempos de entrega
- Cumplimiento
- Forma de pago

5.1.3.3. Especificaciones técnicas de la maquinaria y equipos

Para efectos de las especificaciones técnicas de la maquinaria y equipos, el estudio se desarrolla con base en la maquinaria y equipos necesarios para brindar un óptimo servicio.

Tabla 34. Requerimientos de maquinaria y equipo

Maquinaria y equipo planta para:
-Equipos de computación
-Sumadoras
-Impresoras
-Fotocopiadoras
-Archivadores

Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cynthia Dayanara Cadena Polanco

5.1.3.4. Programa de producción

El programa de producción sirve para detallar como se van a obtener los productos y servicios que se va a ofrecer. Se trata de conocer los recursos humanos y materiales que habrá que movilizar para llevar adelante a la empresa. Algunos aspectos que se debe tomar en cuenta son:

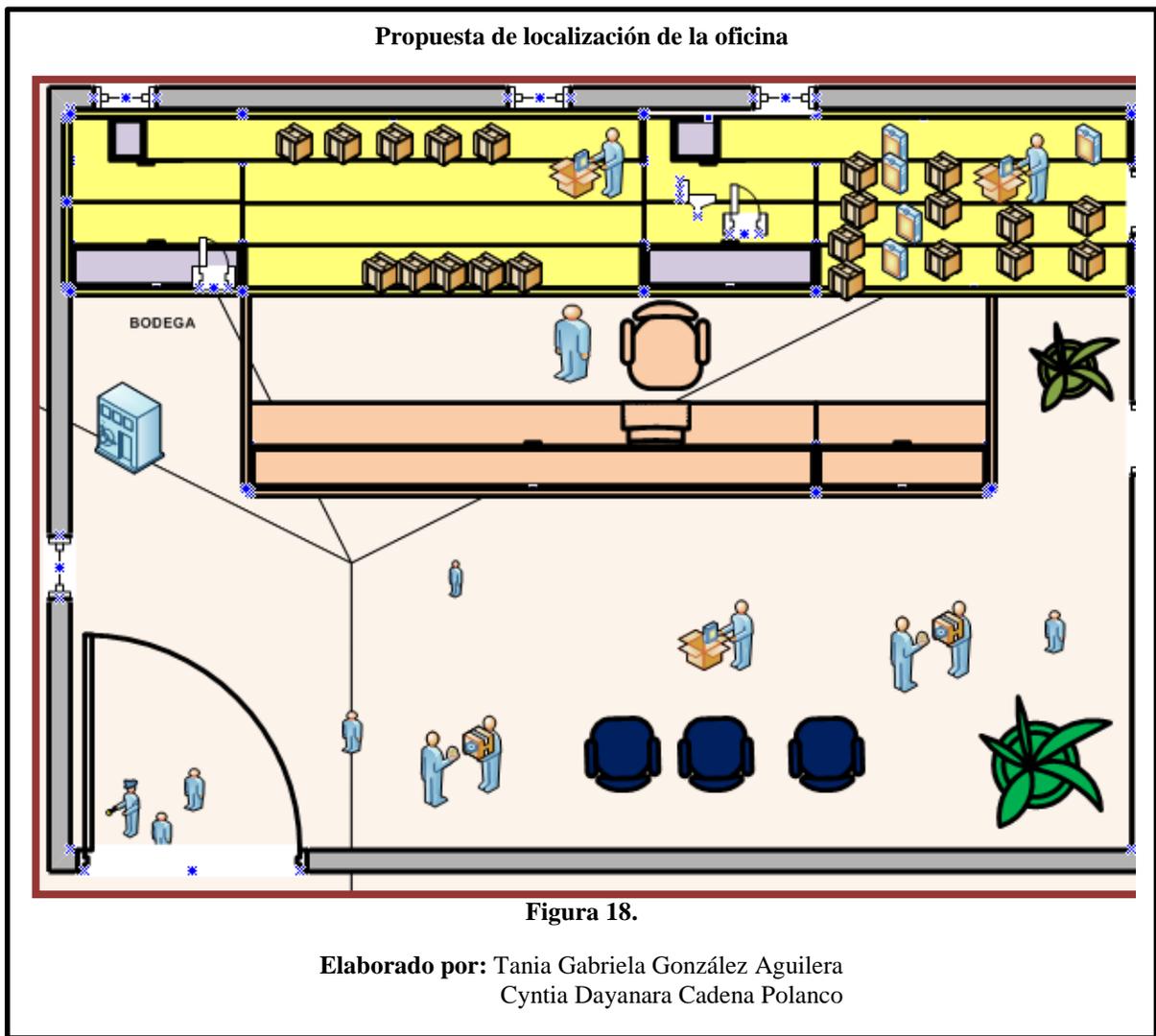
Tabla 35. Programa de producción/servicio

<p><i>Proceso de fabricación:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> · Los materiales y equipos necesarios y el costo · Lugar de dónde se obtendrá los materiales y equipos necesarios · El proceso de producción y calidad · Tomar en cuenta si se atenderá por pedidos o de otra forma · Ubicación del negocio y requerimientos en términos del local · Almacenamiento · Transporte 	<p><i>Instalaciones equipos y personal</i></p> <ul style="list-style-type: none"> · Describir las características fundamentales del local necesario, la maquinaria que se va a necesitar, el equipo y el personal que se empleara y la formación que deberán poseer.
<p><i>Capacidad de producción</i></p> <ul style="list-style-type: none"> · Conocer la capacidad de otorgar el servicio a variaciones en aumento o disminución de la demanda por parte del mercado en volumen 	<p><i>Proveedores</i></p> <ul style="list-style-type: none"> · Conocer a los proveedores y evaluarlos · Reglamento de calidad · Proveedores nacionales o extranjeros

Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cynthia Dayanara Cadena Polanco

5.1.3.5. Distribución en planta

Como se mencionó anteriormente la empresa tendrá una bodega y una oficina de ventas. A continuación se mostrará la distribución de las mismas:



5.1.4. Instalaciones y obras civiles

Las instalaciones a ocuparse será readecuado de la manera que brinde las facilidades necesarias para la prestación del servicio objeto del presente estudio, además se debe cumplir con las normas de seguridad industrial que solicitan los entes reguladores.

Al ser el sector industrial, las adecuaciones son mínimas, inclusive la mayoría de locales a arrendar vienen con bodega apta para almacenar maquinaria e insumos gráficos

Se adicionará además obras civiles en caso de ser necesario, por ejemplo:

- Baterías sanitarias
- Instalaciones para cableados eléctricos para funcionamiento de los equipos

También algunas adecuaciones como:

- Divisiones modulares de área administrativa y de bodega, para que se pueda dar espacio a las oficinas y a la recepción de los clientes.

Un costo estimado para este tipo de obras civiles y adecuaciones es:

Tabla 36. Gastos de adecuación

DETALLE	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
ADECUACIÓN Y AMBIENTACIÓN	400,00	400,00
SUBTOTAL	400,00	400,00
IMPREVISTOS 2%	8,00	8,00
TOTAL	408,00	408,00

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cynthia Dayanara Cadena Polanco

*La inversión en estos dos aspectos podría variar de acuerdo a los requerimientos.

5.1.5. Organización y administración

En la empresa trabajarían no más de 9 personas distribuidas en gerencia general, atención al cliente, técnico en asesoría financiera, ventas, y finanzas

Como órgano máximo de la empresa está la Junta de Accionistas, quienes estarán a cargo de:

- Estudiar y aprobar las reformas a los estatutos sociales.
- Examinar, aprobar o desaprobar los balances de fin de ejercicio y las cuentas que deba rendir el Presidente.
- Disponer de las utilidades sociales conforme a lo previsto en los estatutos y en la ley.
- Elegir y remover libremente al Presidente.
- Constituir las reservas que deba hacer la empresa.
- Resolver todo lo relativo a la cesión de cuotas así como la admisión de nuevos socios.

- Los demás que le asigne la ley y los estatutos.

Para la selección del Presidente de la empresa, se tendrá en cuenta lo designado por la junta, puesto que este cargo lo ocupará uno de los accionistas.

Gerente General

- Supervisar los procesos de administración de recursos humanos, financieros, materiales y de servicios concernientes a la gestión institucional
- Dirigir las acciones de mejora y rediseño de procesos de negocio, calidad de servicio y de la productividad empresarial
- Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes empleados
- Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales
- Crear y mantener buenas relaciones con los clientes, y proveedores para mantener el buen funcionamiento de la empresa
- Impulsar la comercialización de los productos
- Planificar y ejecutar estrategias de ventas, marketing y publicidad
- Realizar estudios de mercadeo
- Planificar los horarios de entrega del producto.

Contador

- Llevar la contabilidad al día
- Elaborar reportes contables
- Apoyar en tareas administrativas
- Presentar al gerente mensualmente un registro de la contabilidad de la empresa, inventario de mercadería, ingresos y egresos.
- Manejar responsablemente las obligaciones tributarias y contables de la empresa.
- Manejar las fechas de cobro a los clientes.
- Realizar el control de pagos a proveedores

Ventas - Comercio Exterior

- Manejar el proceso de importación de la maquinaria

- Convenir los términos de las negociaciones con el país exportador
- Concretar las negociaciones con la empresa contratante
- Entregar al gerente general las especificaciones técnicas de los equipos a importar que requieren las empresas distribuidoras
- Manejar el catálogo de servicios que ofrece la empresa

Técnico en análisis financiero

- Manejar el proceso de requerimiento financiero del cliente
- Convenir los términos de las negociaciones con la banca
- Entrega a los clientes las opciones de financiamiento requeridas

Secretaria

- Asistencia en diferentes aspecto administrativos que el gerente requiera
- Manejo de documentaciones, notificaciones, papelería en general

5.1.5.1. Misión y régimen de constitución

Misión

“La misión se elabora para dar claridad de enfoque a los miembros de la organización, hacerles comprender de qué manera se relaciona lo que hacen con un propósito mayor”
(Lara, Cómo elaborar Proyectos de Inversión paso a paso, 2010, pág. 143)

Misión

Brindar un servicio en asesoría de importaciones capacitado y garantizado, contando con propuestas las más altas exigencias de calidad y tiempo para nuestros clientes de la industria gráfica.

Figura 19.

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cynthia Dayanara Cadena Polanco

Visión

“Es la significativa ambición empresarial, que se va construyendo día a día, a través del esfuerzo planeado y coordinado de todas las personas que colaboran en la empresa”
(Rodríguez, 2001, pág. 151)

Visión

Consolidar a la empresa como líder en asesoría para importaciones de las artes gráficas, con las más altas normas de calidad, para satisfacer los requerimientos de producción, utilizando procesos eficaces y proyectándonos en el mejoramiento continuo de excelencia y tiempo de respuesta.

Figura 20.

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cynthia Dayanara Cadena Polanco

Régimen de constitución: Leyes, reglamentos y demás

Hoy en día no existen leyes, reglamentos o políticas que impidan la creación de empresas o microempresas dedicadas a la actividad a la que vamos dirigidos (centro de importaciones para el sector gráfico), por lo que la implantación del proyecto no tiene impedimentos.

5.1.5.2. Estrategia general del proyecto

Incidencias en los costos del sistema y procedimientos administrativos

Capacidad financiera: el capital propio disponible para poder iniciar este proyecto no es tan elevado considerando que existe una considerable participación en el mercado; por lo cual la capacidad financiera estará relacionada con una inversión que se haga con el capital que se tenga en la empresa o realizando un financiamiento.

Capacidad administrativa: la gestión adecuada de la empresa requiere de un correcto manejo de la capacidad administrativa para la introducción de este centro de importaciones.

5.1.5.3. Organigrama estructural y GTH

En este proyecto se adoptará una organización lineal al existir una relación directa entre el líder y sus seguidores, con un esquema de comunicación, desde arriba hacia abajo, para impartir instrucciones a los subordinados, y desde abajo hacia arriba para informar, logrando que el principal beneficiado sea el cliente, recurso primordial en la organización.

Organigrama estructural

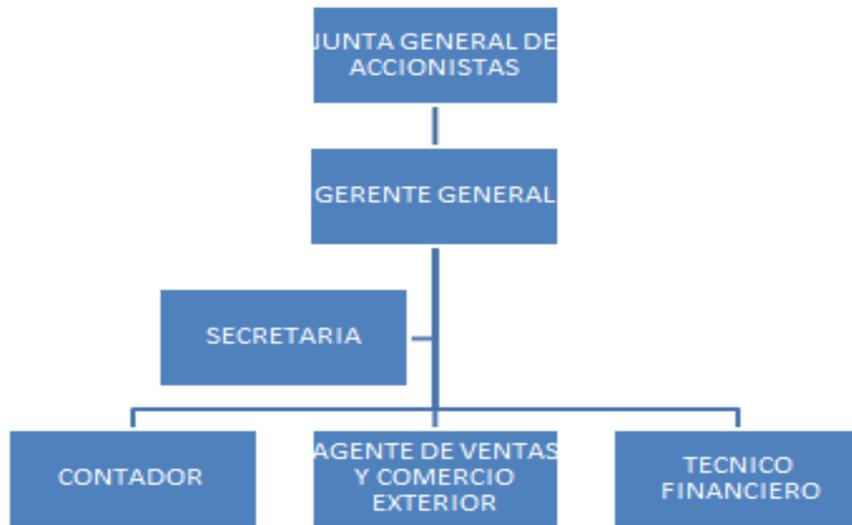


Figura 21.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cyntia Dayanara Cadena Polanco

Total: 8 PERSONAS

CAPÍTULO 6

ESTUDIO FINANCIERO

6.1. Estudio financiero

6.1.1. Inversiones

Es el monto de recursos propios y el financiamiento de recursos de terceros requeridos para la ejecución del proyecto, está compuesta por diferentes partes entre éstas se encuentra:

- Activos fijos

Tabla 37. Activos fijos

ACTIVOS FIJOS	VALOR TOTAL
EDIFICIOS	-
VEHICULOS	20.000,00
MUEBLES Y ENSERES	3.173,00
EQUIPOS OFICINA	380,00
EQUIPOS COMPUTACIÓN	2.661,54
SUBTOTAL:	26.214,54
IMPREVISTOS 2%	524,29
TOTAL:	26.738,83

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cynthia Dayanara Cadena Polanco

- Vehículos

Tabla 38. Vehículos

VEHICULOS			
ÍTEM	CANT	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
FURGONETA	1	20.000,00	20.000,00
SUBTOTAL			20.000,00
IMPREVISTOS 2%			400,00
TOTAL			20.400,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cynthia Dayanara Cadena Polanco

- Muebles y enseres

Tabla 39. Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
ÍTEM	CANT	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Mueble Gerente	1	1.126,00	1.126,00
Sillón ejecutiva	1	374,00	374,00
Modulo bajo fijo derecho 1gaveta	1	613,00	613,00
Escritorios	2	150,00	300,00
Silla secretaria	2	70,00	140,00
Silla visita	4	35,00	140,00
Archivador 4 gavetas	2	120,00	240,00
Sofá bipersonal	1	120,00	120,00
Dispensador agua	1	120,00	120,00
SUBTOTAL			3.173,00
IMPREVISTOS 2%			63,46
TOTAL		USD.	3.236,46

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cynthia Dayanara Cadena Polanco

- Equipos de oficina

Tabla 40. Equipos de oficina

EQUIPOS OFICINA			
ÍTEM	CANT	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Teléfonos	3	40,00	120,00
Teléfono celular	1	120,00	120,00
Varios	1	140,00	140,00
SUBTOTAL			380,00
IMPREVISTOS 2%			7,60
TOTAL		USD.	387,60

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cynthia Dayanara Cadena Polanco

- Equipos de computación

Tabla 41. Equipos de computación

EQUIPOS COMPUTACIÓN			
ÍTEM	CANT	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Computador	2	613,27	1.226,54
Laptop	1	1.050,00	1.050,00
Impresora HP Laser jet Pro 100 color	1	385,00	385,00
SUBTOTAL			2.661,54
IMPREVISTOS 2%			53,23
TOTAL		USD.	2.714,77

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cynthia Dayanara Cadena Polanco

- Activos diferidos

Tabla 42. Gastos de constitución

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
CONCEPTO	COSTO
Honorarios Abogado	750,00
Depósito Constitución	400,00
Notaría	50,00
Registro Mercantil	100,00
Municipio	100,00
Cámara Comercio	50,00
Permiso Bomberos	100,00
Otros menores (copias, movilización, etc.)	100,00
SUBTOTAL	1.650,00
IMPREVISTOS 2%	33,00
TOTAL USD.	1.683,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cynthia Dayanara Cadena Polanco

- Capital de trabajo: Para el proyecto se ha determinado un capital de trabajo para un trimestre.

Tabla 43. Capital de trabajo inicial

RUBRO	VALOR TRIMESTRE	VALOR ANUAL
SERVICIO DE IMPORTACION	13.125,00	52.500,00
COSTOS DE IMPORTACIÓN	-	-
GASTOS ADMINISTRATIVOS	7.695,51	30.782,03
GASTOS DE VENTAS	2.069,93	8.279,70
MANTENIMIENTO	286,69	1.146,78
SEGUROS	38,48	153,92
SUBTOTAL	23.215,61	92.862,43
IMPREVISTOS 2%	464,31	1.857,25
TOTAL USD.	23.679,92	94.719,68

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
 Cyntia Dayanara Cadena Polanco

En el cuadro anterior se detallan los costos anuales para cubrir las actividades comerciales de la empresa, pero para el cálculo del capital de trabajo se requiere dividir estos costos para 4 trimestres y obtener el valor de lo que se requerirá para cubrir el servicio de importación de productos de artes gráficas por un trimestre.

Inversión estimada antes de puesta en marcha del estudio:

Tabla 44. Inversión inicial

CONCEPTO	VALOR
ACTIVOS FIJOS	26.738,83
GASTOS DIFERIDOS	1.683,00
CAPITAL TRABAJO	23.679,92
INVERSIÓN TOTAL USD.	52.101,75

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
 Cyntia Dayanara Cadena Polanco

6.1.2. Costos de producción y operación

- Costos directos

Se determina los costos que incurrirá el realizar procesos de importación

Tabla 45. Costo de servicio

PRODUCTO	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
SERVICIO DE IMPORTACION	UNIDAD	105	500,00	\$ 52.500,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cynthia Dayanara Cadena Polanco

- Costos de operación

Los desembolsos que se realizarán para cubrir gastos normales de operación del centro de servicios son:

- Seguros activos fijos:

Se aplicará un porcentaje para asegurar los activos fijos de la empresa, por cualquier accidente o daño que se presente. Se debe recalcar que no se toma en cuenta el vehículo porque se pagará un seguro con Hunter, el valor estará registrado dentro de los gastos.

Tabla 46. Seguros

SEGUROS			
ACTIVOS FIJOS	VALOR TOTAL	% PRIMA	VALOR ANUAL
EDIFICIOS	-	10%	-
MUEBLES Y ENSERES	3.236,46	2%	64,73
EQUIPOS OFICINA	387,60	2%	7,75
EQUIPOS COMPUTACIÓN	2.714,77	3%	81,44
SUBTOTAL:	6.338,83		153,92
IMPREVISTOS 2%			3,08
TOTAL USD. :			157,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cynthia Dayanara Cadena Polanco

- Depreciación activos fijos:

Cada uno de los activos fijos mencionados anteriormente debe depreciarse cada año, para conocer el desgaste que sufren por el uso y el valor residual de los mismos.

Tabla 47. Depreciación

ACTIVO DEPRECIADO - VALOR RESIDUAL DE LOS BIENES						
ACTIVOS FIJOS	VALOR TOTAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
EDIFICIOS	-	-	-	-	-	-
VEHICULOS	20.400,00	16.320,00	12.240,00	8.160,00	4.080,00	-
MUEBLES Y ENSERES	3.236,46	2.912,81	2.589,17	2.265,52	1.941,88	1.618,23
EQUIPOS OFICINA	387,60	348,84	310,08	271,32	232,56	193,80
EQUIPOS COMPUTACIÓN	2.714,77	1.809,85	904,92	-	3.144,48	2.239,55
TOTAL USD:						4.051,58

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cynthia Dayanara Cadena Polanco

- Mantenimiento activos fijos:

Debido al uso que se le dará a cada activo se ha considerado necesario el mantenimiento de los mismos, tomando en cuenta el uso del activo que se le dará cada año, para mantener un equipo en óptimas condiciones

Tabla 48. Mantenimiento activos fijos

MANTENIMIENTO			
ACTIVOS FIJOS	VALOR TOTAL	% MANT	VALOR ANUAL
EDIFICIOS	-	2%	-
VEHICULOS	20.400,00	5%	1.020,00
MUEBLES Y ENSERES	3.236,46	2%	64,73
EQUIPOS OFICINA	387,60	2%	7,75
EQUIPOS COMPUTACIÓN	2.714,77	2%	54,30
SUBTOTAL:	26.738,83		1.146,78
IMPREVISTOS 2%			22,94
TOTAL USD:			1.169,71

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cynthia Dayanara Cadena Polanco

- Gastos administrativos:

Los gastos administrativos que cubrirá la empresa por las actividades realizadas para su manejo, incluye el arriendo de local donde se ubicará la oficina de ventas son:

Tabla 49. Gastos administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
TALENTO HUMANO	1.748,78	20.985,30
AMBIENTACIÓN Y ADECUACIÓN	25,50	306,00
CERTIFICADO TOKEN	5,23	62,72
GASTOS GENERALES	785,67	9.428,01
SUBTOTAL	2.565,17	30.782,03
IMPREVISTOS 2%	51,30	615,64
TOTAL USD.	2.616,47	31.397,67

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cynthia Dayanara Cadena Polanco

- Gastos de ventas

Tabla 50. Gastos de ventas

GASTOS DE VENTAS	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
TALENTO HUMANO	520,60	6.247,20
SERVICIOS BÁSICOS (OFICINA)	130,00	1.560,00
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	39,38	472,50
SUBTOTAL	689,98	8.279,70
IMPREVISTOS 2%	13,80	165,59
TOTAL USD.	703,77	8.445,29

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cynthia Dayanara Cadena Polanco

- Gastos financieros

Tabla 51. Gastos financieros

GASTOS FINANCIEROS	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
INTERESES CRÉDITO	187,04	2.244,43
MANTENIMIENTO CTA. BANCARIA	5,00	60,00
SUBTOTAL	192,04	2.304,43
IMPREVISTOS 2%	3,84	46,09
TOTAL USD.	195,88	2.350,52

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cynthia Dayanara Cadena Polanco

- Costos de producción proyectados

Tabla 52. Presupuesto de egresos

COSTO DE VENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SERVICIO DE IMPORTACION	53.550,00	54.621,00	55.713,42	56.827,69	57.964,24
MANO DE OBRA DIRECTA	5.609,29	6.600,58	6.958,33	7.335,47	7.733,05
REPUESTOS E INSUMOS	7.986,60	8.419,47	8.875,81	9.356,88	9.864,02
MANTENIMIENTO (OVER ALL)	-	-	-	-	-
TOTAL COSTO DE VENTAS	67.145,89	69.641,05	71.547,56	73.520,04	75.561,32
GASTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS AMINISTRATIVOS	47.222,75	41.950,57	43.952,17	46.025,89	48.248,37
TALENTO HUMANO	21.405,01	25.228,56	26.595,95	28.037,45	29.557,08
CERTIFICADO TOKEN	63,97		17,71		17,71
AMBIENTACIÓN Y ADECUACIÓN	9.616,57				
SERVICIOS BÁSICOS	1.089,36	1.148,40	1.210,65	1.276,26	1.345,44
COMBUSTIBLE	489,60	516,14	544,11	573,60	604,69
SEGURO + HUNTER	470,81	496,33	523,23	551,59	581,48
SERVICIO DE GUARDIANÍA	-	-	-	-	-
ARRIENDO LOCAL COMERCIAL	7.200,00	7.590,24	8.001,63	8.435,32	8.892,51
UTILES DE OFICINA	213,38	224,95	237,14	249,99	263,54
DEPRECIACIÓN	5.347,33	5.347,33	5.347,33	5.347,33	5.347,33
MANTENIMIENTO	1.169,71	1.233,11	1.299,95	1.370,40	1.444,68
SEGUROS	157,00	165,51	174,48	183,94	193,91
GASTOS VENTAS	8.414,09	9.657,67	10.181,12	10.732,93	11.314,66
TALENTO HUMANO	6.372,14	7.505,05	7.911,82	8.340,64	8.792,71
SERVICIOS BÁSICOS (OFICINA)	1.560,00	1.644,55	1.733,69	1.827,65	1.926,71
PUBLICIDAD	481,95	508,07	535,61	564,64	595,24
GASTOS FINANCIEROS	2.350,52	1.907,10	1.461,22	962,39	404,33
INTERESES PRESTAMO	2.289,32	1.842,58	1.393,21	890,69	328,74
SERVICIOS BANCARIOS	61,20	64,52	68,01	71,70	75,59
COSTOS TOTALES DEL PROYECTO	125.133,25	123.156,39	127.142,07	131.241,24	135.528,67

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cynthia Dayanara Cadena Polanco

6.1.3. Punto de equilibrio

Se entiende como punto de equilibrio cálculo para determinar el número de productos que se tendrán que vender para cubrir los costos y gastos sin obtener ni pérdida ni ganancias.

En este caso para el primer año debido a la pérdida que existe, el punto de equilibrio es mayor a los ingresos y número de unidades que se venderán, como se observa en el siguiente cálculo.

Se aplican dos ecuaciones para el cálculo del punto de equilibrio tanto en unidades como en dólares.

Punto de equilibrio en unidades (cantidad)

$$PE (Q) = \frac{COSTO FIJO}{PRECIO - COSTO VARIABLE UNITARIO}$$

$$PE (Q) = \frac{57.987,36}{931,33 - 639,48}$$

$$PE (Q) = 199$$

Punto de equilibrio en dólares

$$PE (\$) = \frac{COSTO FIJO}{1 - \frac{COSTO VARIABLE UNIT}{INGRESOS}}$$

$$PE (\$) = \frac{57.987,36}{1 - \frac{639,48}{931,33}}$$

$$PE (\$) = 185.047,88$$

Como se observa en los cálculos del punto de equilibrio, la empresa requeriría procesar 199 importaciones o análisis de procesos financiero; es decir menos de establecido para no obtener ni pérdidas ni ganancias y mantenerse en equilibrio en el mercado.

Punto de equilibrio

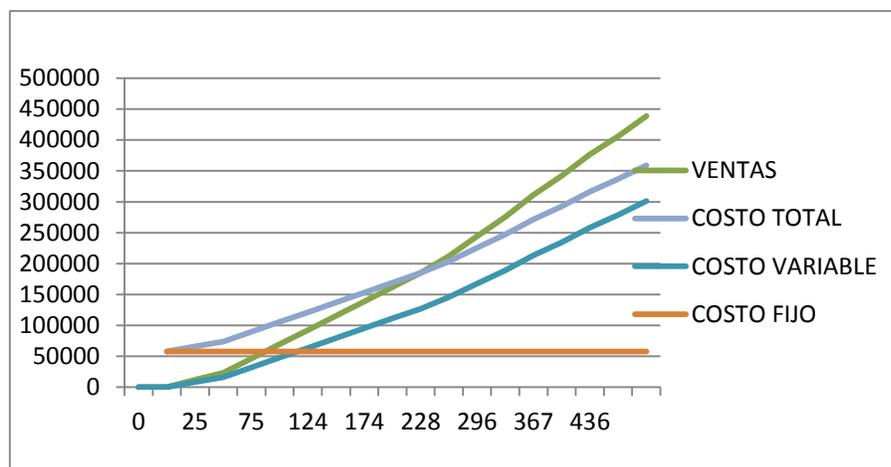


Figura 22.

Fuente: Investigación propia
 Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
 Cyntia Dayanara Cadena Polanco

6.1.4. Financiamiento de costo e inversiones

Para determinar la estructura del financiamiento realiza el estado de Fuentes y Usos, que es una herramienta que permite definir cuál es la estructura financiera de la empresa y determinar cómo se financiará la inversión.

Tabla 53. Estado fuentes y usos

DETALLE INVERSIONES	DE	VALOR	RECURSOS PROPIOS		CRÉDITO	
			VALOR	%	VALOR	%
EDIFICIOS		-	-	0,0%		0
VEHICULOS		20.400,00	14.280,00	70,0%	6.120,00	30,0%
MUEBLES Y ENSERES		3.236,46	3.236,46	100,0%	-	0,0%
EQUIPOS OFICINA		387,60	387,60	100,0%	-	0,0%
EQUIPOS COMPUTACIÓN		2.714,77	2.714,77	100,0%	-	0,0%
ACTIVOS DIFERIDOS		1.683,00	1.683,00	100,0%	-	0,0%
CAPITAL DE TRABAJO (3 MESES)		23.679,92	8.287,97	35,0%	15.391,95	65,0%
TOTAL DE INVERSIONES		52.101,75	30.589,80	59%	21.511,95	41%

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
 Cyntia Dayanara Cadena Polanco

En este caso la inversión será financiada en un 41% por un crédito bancario por la Banca Privada (Banco del Austro) y el 59% por aporte de capital propio. El monto que será financiado en la Entidad Privada y se necesita calcular los intereses que esta genera y las anualidades o pagos que se producen, que se desglosa en el detalle siguiente:

$$Cuota\ Mensual = \frac{C}{(1 - (1 + i)^{-t}) / i}$$

Tabla 54. Tabla de amortización

Cuota	Capital	Cuota mensual	Cuota Capital	Cuota Interés	Capital Reducido	Interés Acumulado
1	21.511,95	470,19	268,88	201,32	21.243,07	201,32
2	21.243,07	470,19	271,39	198,80	20.971,68	400,12
3	20.971,68	470,19	273,93	196,26	20.697,74	596,38
4	20.697,74	470,19	276,50	193,70	20.421,25	790,07
5	20.421,25	470,19	279,08	191,11	20.142,16	981,18
6	20.142,16	470,19	281,70	188,50	19.860,47	1.169,68
7	19.860,47	470,19	284,33	185,86	19.576,13	1.355,54
8	19.576,13	470,19	286,99	183,20	19.289,14	1.538,74
9	19.289,14	470,19	289,68	180,51	18.999,46	1.719,25
10	18.999,46	470,19	292,39	177,80	18.707,07	1.897,06
11	18.707,07	470,19	295,13	175,07	18.411,95	2.072,12
12	18.411,95	470,19	297,89	172,31	18.114,06	2.244,43
13	18.114,06	470,19	300,68	169,52	17.813,38	2.413,95
14	17.813,38	470,19	303,49	166,70	17.509,89	2.580,65
15	17.509,89	470,19	306,33	163,86	17.203,56	2.744,51
16	17.203,56	470,19	309,20	161,00	16.894,37	2.905,51
17	16.894,37	470,19	312,09	158,10	16.582,28	3.063,61
18	16.582,28	470,19	315,01	155,18	16.267,27	3.218,80
19	16.267,27	470,19	317,96	152,23	15.949,31	3.371,03
20	15.949,31	470,19	320,93	149,26	15.628,37	3.520,29
21	15.628,37	470,19	323,94	146,26	15.304,44	3.666,54
22	15.304,44	470,19	326,97	143,22	14.977,47	3.809,77
23	14.977,47	470,19	330,03	140,16	14.647,44	3.949,93
24	14.647,44	470,19	333,12	137,08	14.314,32	4.087,01
25	14.314,32	470,19	336,23	133,96	13.978,09	4.220,97
26	13.978,09	470,19	339,38	130,81	13.638,70	4.351,78
27	13.638,70	470,19	342,56	127,64	13.296,15	4.479,41
28	13.296,15	470,19	345,76	124,43	12.950,38	4.603,84
29	12.950,38	470,19	349,00	121,19	12.601,38	4.725,04
30	12.601,38	470,19	352,27	117,93	12.249,12	4.842,96
31	12.249,12	470,19	355,56	114,63	11.893,56	4.957,60
32	11.893,56	470,19	358,89	111,30	11.534,67	5.068,90
33	11.534,67	470,19	362,25	107,95	11.172,42	5.176,85
34	11.172,42	470,19	365,64	104,56	10.806,78	5.281,40
35	10.806,78	470,19	369,06	101,13	10.437,72	5.382,53
36	10.437,72	470,19	372,51	97,68	10.065,21	5.480,21
37	10.065,21	470,19	376,00	94,19	9.689,21	5.574,41
38	9.689,21	470,19	379,52	90,67	9.309,69	5.665,08
39	9.309,69	470,19	383,07	87,12	8.926,62	5.752,21
40	8.926,62	470,19	386,65	83,54	8.539,97	5.835,74
41	8.539,97	470,19	390,27	79,92	8.149,69	5.915,66
42	8.149,69	470,19	393,93	76,27	7.755,77	5.991,93
43	7.755,77	470,19	397,61	72,58	7.358,16	6.064,51
44	7.358,16	470,19	401,33	68,86	6.956,82	6.133,37
45	6.956,82	470,19	405,09	65,10	6.551,73	6.198,48
46	6.551,73	470,19	408,88	61,31	6.142,85	6.259,79
47	6.142,85	470,19	412,71	57,49	5.730,15	6.317,28
48	5.730,15	470,19	416,57	53,62	5.313,58	6.370,90
49	5.313,58	470,19	420,47	49,73	4.893,11	6.420,63
50	4.893,11	470,19	424,40	45,79	4.468,71	6.466,42
51	4.468,71	470,19	428,37	41,82	4.040,34	6.508,24
52	4.040,34	470,19	432,38	37,81	3.607,95	6.546,05
53	3.607,95	470,19	436,43	33,76	3.171,53	6.579,81
54	3.171,53	470,19	440,51	29,68	2.731,01	6.609,49
55	2.731,01	470,19	444,64	25,56	2.286,38	6.635,05
56	2.286,38	470,19	448,80	21,40	1.837,58	6.656,45
57	1.837,58	470,19	453,00	17,20	1.384,58	6.673,65
58	1.384,58	470,19	457,24	12,96	927,35	6.686,60
59	927,35	470,19	461,51	8,68	465,83	6.695,28
60	465,83	470,19	465,83	4,36	0,00	6.699,64
TOTALES		28.211,59	21.511,95	6.699,64		

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
 Cyntia Dayanara Cadena Polanco

6.1.5. Flujo de caja del inversionista

Para establecer el flujo de caja de la inversión del proyecto es necesario detallar varios puntos financieros que detallamos a continuación

Balance de Situación Inicial: Resumen del estado de la empresa, de lo que tiene, de lo que le debe y de lo que realmente le pertenece a su propietario, a una fecha determinada.

Tabla 55. Balance de situación inicial

ACTIVOS		PORCENTAJE	
Corrientes		23.679,92	
Efectivo	23.679,92		
Inventarios	-		
Fijos		26.738,83	
Depreciables			
Edificios	-		
Vehículos	20.400,00		
Muebles y enseres	3.236,46		
Equipos de Oficina	387,60		
Equipo de computación	2.714,77		
Diferidos e Intangibles		1.683,00	
Gastos de Constitución	1.683,00		
TOTAL ACTIVOS		52.101,75	100%
PASIVO			
A corto Plazo		-	
Proveedores	-		
A largo plazo		21.511,95	41%
Préstamo Bancario	21.511,95		
PATRIMONIO			
Capital social	30.589,80	30.589,80	59%
Fondos de Operación			
TOTAL pasivo + PATRIMONIO		52.101,75	

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
 Cyntia Dayanara Cadena Polanco

Estado de resultados: La elaboración del estado de pérdidas y ganancias o de resultados pretende calcular la utilidad neta del proyecto, que se obtienen restando los ingresos menos los costos que incurre la empresa y los impuestos a pagarse.

Tabla 56. Estado de resultados

CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+) INGRESOS	113.389,65	129.852,78	145.837,00	163.833,68	184.102,27
(-) COSTO DE VENTAS	67.145,89	69.641,05	71.547,56	73.520,04	75.561,32
= UTILIDAD BRUTA	46.243,77	60.211,73	74.289,44	90.313,64	108.540,96
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	47.222,75	41.950,57	43.952,17	46.025,89	48.248,37
(-) GASTOS DE VENTAS	8.414,09	9.657,67	10.181,12	10.732,93	11.314,66
= UTILIDAD OPERACIONAL	-9.393,08	8.603,49	20.156,15	33.554,82	48.977,93
(-) GASTOS FINANCIEROS	2.350,52	1.907,10	1.461,22	962,39	404,33
= UTILIDAD ANTES DE REPARTO	-11.743,59	6.696,40	18.694,93	32.592,43	48.573,60
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	0,00	1.004,46	2.804,24	4.888,87	7.286,04
= UTILIDAD ANTES IMPUESTOS	-11.743,59	5.691,94	15.890,69	27.703,57	41.287,56
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA	0,00	1.422,98	3.972,67	6.925,89	10.321,89
= UTILIDAD NETA	-11.743,59	4.268,95	11.918,02	20.777,68	30.965,67

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
 Cyntia Dayanara Cadena Polanco

Flujo de caja proyectado: Se realiza con el fin de conocer la cantidad de efectivo que requiere la empresa para operar durante un período.

Tabla 57. Flujo de caja

CUENTAS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
= UTILIDAD NETA		-11.743,59	4.268,95	11.918,02	20.777,68	30.965,67
(+) APORTE DE CAPITAL	30.589,80					
(+) DEPRECIACIONES		5.347,33	5.347,33	5.347,33	5.347,33	5.347,33
(+) VALOR RESIDUAL						4.051,58
(+) CAPITAL DE TRABAJO						23.679,92
(-) INVERSIONES	52.101,75				2.714,77	
(+) PRÉSTAMO	21.511,95					
(-) AMORTIZACIÓN DEUDA		3.397,89	3.799,74	4.249,11	4.751,63	5.313,58
= FLUJO NETO DE CAJA	-	(9.794,15)	5.816,55	13.016,24	18.658,61	58.730,92

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
 Cyntia Dayanara Cadena Polanco

6.1.6. Indicadores de evaluación financiera

Para realizar un mejor análisis de la situación del proyecto, se han determinado algunos índices que se obtienen estableciendo comparaciones entre los diferentes segmentos o grupos de cuentas de los balances, con la finalidad de determinar posibles debilidades o fortalezas de la misma.

Rentabilidad de utilidad neta: el porcentaje que está quedando a los inversionistas por las operaciones de la empresa, se calculará para los cinco años de proyección

RENTABILIDAD VENTAS	SOBRE =	UTILIDAD NETA VENTAS
RENT. VENTAS AÑO 1 =		$\frac{(11.743,59)}{113.389,65}$
RENT. VENTAS AÑO 1 =		-10,36%
RENT. VENTAS AÑO 2 =		$\frac{4.268,95}{129.852,78}$
RENT. VENTAS AÑO 2 =		3,29%
RENT. VENTAS AÑO 3 =		$\frac{11.918,02}{145.837,00}$
RENT. VENTAS AÑO 3 =		8,17%
RENT. VENTAS AÑO 4 =		$\frac{20.777,68}{163.833,68}$
RENT. VENTAS AÑO 4 =		12,68%
RENT. VENTAS AÑO 5 =		$\frac{30.965,67}{184.102,27}$
RENT. VENTAS AÑO 5 =		16,82%

Rentabilidad sobre capital: El cálculo muestra la utilidad que tiene el capital en cada año

RENTABILIDAD PATRIMONIAL	=	$\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{PATRIMONIO}}$
--------------------------	---	--------------------------------------------------

RENT. PATRIMONIO AÑO 1	=	$\frac{(11.743,59)}{30.589,80}$
------------------------	---	---------------------------------

RENT. PATRIMONIO AÑO 1	=	-38,39%
------------------------	---	---------

RENT. PATRIMONIO AÑO 2	=	$\frac{4.268,95}{30.589,80}$
------------------------	---	------------------------------

RENT. PATRIMONIO AÑO 2	=	13,96%
------------------------	---	--------

RENT. PATRIMONIO AÑO 3	=	$\frac{11.918,02}{30.589,80}$
------------------------	---	-------------------------------

RENT. PATRIMONIO AÑO 3	=	38,96%
------------------------	---	--------

RENT. PATRIMONIO AÑO 4	=	$\frac{20.777,68}{30.589,80}$
------------------------	---	-------------------------------

RENT. PATRIMONIO AÑO 4	=	67,92%
------------------------	---	--------

RENT. PATRIMONIO AÑO 5	=	$\frac{30.965,67}{30.589,80}$
------------------------	---	-------------------------------

RENT. PATRIMONIO AÑO 5	=	101,23%
------------------------	---	---------

Índice de solidez: Mide el porcentaje de los activos de la empresa que corresponde a los acreedores. En caso el porcentaje de activos que pertenece a los acreedores el del 41%.

ÍNDICE DE SOLIDEZ	=	$\frac{\text{PASIVO TOTAL}}{\text{ACTIVO TOTAL}}$
-------------------	---	---------------------------------------------------

ÍNDICE DE SOLIDEZ =	=	$\frac{21.511,95}{52.101,75}$
---------------------	---	-------------------------------

ÍNDICE DE SOLIDEZ =	=	0,41
---------------------	---	------

Índice de Patrimonio:

$$\text{ÍNDICE DE PATRIMONIO} = \frac{\text{PATRIMONIO}}{\text{ACTIVO TOTAL}}$$

$$\text{ÍNDICE DE PATRIMONIO} = \frac{30.589,80}{52.101,75}$$

$$\text{ÍNDICE DE PATRIMONIO} = 0,59$$

Índice de endeudamiento: Indica que las deudas representan un mayor porcentaje con relación al patrimonio de la empresa para el primer año.

$$\text{ÍNDICE ENDEUDAMIENTO DE} = \frac{\text{PASIVO TOTAL}}{\text{PATRIMONIO}}$$

$$\text{ÍNDICE ENDEUDAMIENTO} = \frac{21.511,95}{30.589,80}$$

$$\text{ÍNDICE ENDEUDAMIENTO} = 0,70$$

6.1.6.1. Valor actual neto

Se indica que el valor obtenido durante la operación del negocio a valores actuales supera ampliamente al dinero que el inversionista pondría para el proyecto, por tanto de acuerdo a este indicador conviene el realizar la inversión.

La fórmula del VAN es:

$$\text{VAN} = -I + \sum \left(\frac{\text{FNC}}{(1+i)^n} \right)$$

Dónde:

FNC = Flujos netos de caja

i = tasa de interés calculada

I = Inversión inicial

n = tiempo (período en años)

Tabla 58. Valor actual neto

CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO				
AÑOS	FNC	SFNC	(1+i)ⁿ	FNC/(1+i)ⁿ
0	-30.589,80			-30.589,80
1	-9.794,15	-9.794,15	1,17	-8.399,92
2	5.816,55	-3.977,61	1,36	4.278,40
3	13.016,24	9.038,63	1,59	8.211,25
4	18.658,61	27.697,23	1,85	10.095,11
5	58.730,92	86.428,16	2,16	27.252,52
SUMAN	86.428,16			10.847,57

$$\text{VAN} = -I + S (\text{FNC}/(1+i)^n)$$

VAN =	10.847,57	PROYECTO VIABLE
--------------	------------------	------------------------

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cynthia Dayanara Cadena Polanco

6.1.6.2. Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno TIR, evalúa al proyecto en función de una única tasa de crecimiento llamada TIO tasa interna de oportunidad, con la cual la totalidad de los beneficios actualizados serán igual a los desembolsos expresados en moneda actual.

Para su cálculo se utiliza la siguiente fórmula:

$$(((TM - Tm) * VPN_m)/(VPN_m - VPN_M)) + Tm$$

Tabla 59. Tasa interna de retorno

CÁLCULO DE LA TIR			
AÑOS	FNC	VAN CON Tm	VAN CON Tm
		22%	26%
0	-30.589,80	-30.589,80	-30.589,80
1	-9.794,15	-8.028,00	-7.773,14
2	5.816,55	3.907,92	3.663,73
3	13.016,24	7.168,13	6.506,89
4	18.658,61	8.422,48	7.402,82
5	58.730,92	21.730,40	18.493,29
SUMAN:		2.611,13	-2.296,21

Tm:	22,00%
TM:	26,00%
VPN_m:	2.611,13
VPN_M:	(2.296,21)
TIR:	24,13%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cynthia Dayanara Cadena Polanco

6.1.6.3. Periodo de recuperación de la inversión

En el presente proyecto la recuperación de la inversión será en el segundo año

Tabla 60. PRI de la inversión

AÑO	FNC	FNCA	FNCAA
0	(30.589,80)	(30.589,80)	(30.589,80)
1	(9.794,15)	(8.399,92)	(38.989,72)
2	5.816,55	4.278,40	(34.711,32)
3	13.016,24	8.211,25	(26.500,07)
4	18.658,61	10.095,11	(16.404,96)
5	58.730,92	27.252,52	10.847,57

FNC = Flujo Neto de Caja
 FNCA = Flujo Neto de Caja Actualizado
 FNCAA = Flujo Neto de Caja Actualizado Acumulado

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Gabriela González Aguilera
Cynthia Dayanara Cadena Polanco

CAPÍTULO 7

EVALUACIÓN SOCIAL Y AMBIENTAL

7.1. Beneficios e impactos sociales

Son numerosos los beneficios e impactos sociales positivos que tendría este proyecto, ya que modificarían de una manera certera las actividades que realizan los negocios dedicados al sector gráfico.

Este centro de importaciones se convertiría en un antes y después del sector gráfico, ya que existiría un cambio positivo.

7.2. Impacto ambiental

Desde el punto de vista ambiental, las industrias gráficas, de forma individual, no suponen un impacto significativo debido a su tamaño relativamente pequeño, pero de forma conjunta el sector de las artes gráficas ejercerá una presión significativa en el medio ambiente si no se afronta este tema de una forma conveniente y sin contratiempos.

El sector de las artes gráficas está caracterizado por la existencia de un número importante de pequeños negocios que aplican técnicas tradicionales junto a un grupo de empresas mayores que están mejorando continuamente su equipamiento y sus procesos de producción.

7.3. Remediación ambiental

Se tomará como parte importante el cuidado ambiental que normalmente se exige para un proyecto:

- Crear empaques de más cuidado ambiental, más sostenibles

- Buscar proveedores de insumos gráficos que tengan normativas ambientales en sus procesos de producción
- Asociarse con instituciones u organizaciones ambientales
- Mejorar sostenibilidad de los productos actuales
- Capacitar a los negocios sobre los niveles para bajar el impacto ambiental
- Participar en eventos ambientales de la comunidad
- Realizar y publicar un informe de sostenibilidad de la imprenta
- Preocuparse específicamente de los recursos naturales aire y agua en la producción gráfica

CAPÍTULO 8

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

8.1. Resultados y hallazgos en relación a los objetivos

- Se ha podido demostrar la factibilidad para la creación de un centro de servicios de asesoramiento en importación para el sector gráfico de Quito ayudando al desarrollo de socio-económico de las pequeñas imprentas
- Se ha comprobado que este servicio de importación de maquinaria e insumos con distribuidores calificados garantizará la eficiencia en sus operaciones optimizando los procesos y tiempos de importación de las pequeñas imprentas.
- Se tiene la certeza de que se logrará integrar a las pequeñas imprentas facilitando los procesos de importación.
- Con este estudio se podrá importar a través de la asociación cantidades optimas de insumos y repuestos con el fin de acceder a beneficios en precios reduciendo la limitación económica de las pequeñas imprentas.

8.2. Resultados y hallazgos en relación al marco teórico

- La instrucción de los propietarios de los negocios es secundaria o tercer nivel, por lo que se puede observar que no existe mayor problema para manejar el negocio.
- La mayoría de negocios se encuentran en instalaciones que son arrendadas.
- Las instalaciones han tenido que adecuarse de acuerdo a las necesidades en las actividades diarias
- Las empresas no tienen un elevado número de trabajadores ni de máquinas operando, por lo que la planificación de sus actividades resulta más fácil de difundir.

- Se ha visto que los principales servicios que dan estos negocios son de encuadernado, guillotinado, barnizado e impresión.

8.3. Resultados y hallazgos en relación a estudios similares

- Se ha podido ver que la mayoría de negocios no tiene convenios con otras empresas gráficas del sector
- Los negocios sí están interesados en un centro de servicios de este tipo.
- La frecuencia con la que los negocios adquieren su materia prima es bastante frecuente.
- Los costos de los repuestos del sector gráfico son bastante elevados.

CONCLUSIONES

- La mayoría de negocios prefieren proveedores extranjeros a nacionales, por lo que la rentabilidad del proyecto incrementa.
- Casi todos estos pequeños negocios accederían a formar alianzas en los procesos de importación.
- En las encuestas realizadas se pudo conocer, que a estos microempresarios les importa de gran manera la calidad de los productos y servicios que ofrecen.
- Durante el período de investigación se ha observado que las características geográficas, ambientales y sociales del sector favorecen a la puesta en marcha del proyecto. Además se pudo constatar que existe una demanda atractiva para este tipo de servicio por el interés que mostraron las pequeñas imprentas de la ciudad en la aplicación de las encuestas.
- El estudio económico y las herramientas de evaluación reflejaron que el proyecto en cuestión es viable y factible, ya que los datos obtenidos en el análisis financiero muestran un VA positivo de 10.847,57 y una TIR de 24,13%

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a los negocios dedicados al sector gráfico acceder al centro de importaciones propuesto, ya que este será un vínculo con diferentes proveedores que ayudarán en el incremento y mejora de sus actividades.
- Es importante que estas empresas tengan una lista de los proveedores que más frecuentan, ya que esto sería una guía para este proyecto.
- Es importante tomar en cuenta la ubicación del local donde funcionarán las instalaciones del proyecto para no tener ningún tipo de inconveniente de acceso por parte de los clientes.
- Se recomienda a los dueños de estas microempresas, mejorar los productos y calidad de sus servicios para poder mejorar sus negocios generando una mayor rentabilidad para ellos, por lo que es trascendental formar parte de este centro de servicios de asesoramiento en importación para el sector gráfico de Quito ayudando al desarrollo de socio-económico de las pequeñas.

LISTA DE REFERENCIAS

- <http://deconceptos.com/general/proyecto>. (s.f.). Recuperado el 7 de Noviembre de 2013, de <http://deconceptos.com/general/proyecto>
- PMBOOK*. (2008). Estados Unidos: Project Management Institute.
- Aduanas del Ecuador*. (12 de 2010). Recuperado el 06 de 07 de 2012, de <http://comercioexterior.com.ec/qs/content/regimenes-aduaneros>
- Pino*. (2010).
- Aduana del Ecuador*. (19 de Mayo de 2011). Recuperado el 25 de abril de 2013, de http://www.aduana.gob.ec/pro/reglamento_copci.action
- EmprendEcuador*. (2011).
- www.lahora.com*. (24 de Diciembre de 2011). Recuperado el 13 de Noviembre de 2013, de La Hora: http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101256628/-1/Industria_gr%C3%A1fica_a_mil_por_hora_en_esta_%C3%A9poca.html#.UoOAYyezw9Y
- Caraggio*. (2012).
- <http://www.mimografico.com/en/wp-content/uploads/2012/12/impresiondigitalvsoffset.pdf>. (2012). Recuperado el 05 de julio de 2014, de <http://www.mimografico.com/en/wp-content/uploads/2012/12/impresiondigitalvsoffset.pdf>: <http://www.mimografico.com>
- Aduana del Ecuador*. (2014). Recuperado el 23 de JUNIO de 2014, de Aduana del Ecuador: <http://www.aduana.gob.ec/contenido/procImportar.html>
- Aduana del Ecuador*. (s.f.). Recuperado el 7 de Julio de 2012, de <http://www.aduana.gob.ec/contenido/procRegimenes.html>
- ADUANA DEL ECUADOR*. (s.f.). Recuperado el 7 de Mayo de 2012, de <http://www.aduana.gob.ec/contenido/procImportar.html>
- ADUANA DEL ECUADOR*. (s.f.). Recuperado el 7 de Mayo de 2012, de <http://www.aduana.gob.ec/contenido/procImportar.html>
- Aduana del Ecuador. (2010). *Aduana del Ecuador*. Recuperado el 13 de Noviembre de 2013, de www.aduana.gob.ec: http://www.aduana.gob.ec/pro/to_import.action

- Aduana.gob.* (s.f.). Recuperado el 1 de Junio de 2012, de http://www.aduana.gob.ec/archivos/Reglamento_27-12-10.pdf
- Aduananews.* (s.f.). Recuperado el 8 de Mayo de 2012, de http://www.aduananews.com/index.php?option=com_content&view=article&id=1165:importaciones-y-comercio-exterior-en-la-republica-del-ecuador-analisis-juridico&catid=41:archivo-doctrinas&Itemid=54
- AIG. (s.f.). *Asociación Industriales Gráficos*. Recuperado el Jueves 20 de Marzo de 2014, de Asociación Industriales Gráficos: <http://www.aig.org.ec/>
- alemán, D. d. (2014). *Cuidado ambiental en la imprenta*. Recuperado el Jueves 20 de Marzo de 2014, de Cuidado ambiental en la imprenta: <http://wpcinternacional.wordpress.com/2009/10/01/imprenta-de-cuidado-ambiental/>
- Andigraf.* (s.f.). Recuperado el 23 de enero de 2014, de Andigraf: <http://www.cipb.net/index.php?section=89>
- Arango, J. (Miércoles 17 de Junio de 2009). *Impacto Ambiental de artes gráficas*. Recuperado el Jueves 20 de Marzo de 2014, de Impacto Ambiental de artes gráficas: <http://empresaartesgraficas.blogspot.com/>
- Argudo, J. L. (2002). *El Tercer Sector y Economía Social*. Recuperado el 5 de marzo de 2013, de El Tercer Sector y Economía Social - Dialnet: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=284138>
- Asamblea Constituyente. (20 octubre 2008. RO 449). *Constitución Política del Ecuador*. Quito, Ecuador.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2006-2012). *Varias Leyes*. Quito.
- ASAMH CÍA. LTDA. (2010). *Agencia de Servicios de Aduanas Molina Hnos*. Recuperado el 16 de Enero de 2013, de <http://asamh.com/index.html#>
- Aviles Pino, E. (2010). *Enciclopedia del Ecuador*. Recuperado el 01 de octubre de 2013, de <http://www.encyclopediadelecuador.com/>
- Baca, U. (2006). *Evaluación de Proyectos de Inversión*.
- Banrepcultural.org.* (s.f.). Recuperado el 1 de Junio de 2012, de <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/econo27.htm>
- BCE. (2014). *Información Estadística*. Recuperado el Noviembre de 2013, de Información Estadística: <http://www.bce.fin.ec/>

- BCE. (2014). *Información Estadística*. Recuperado el Lunes 14 de Abril de 2014, de Información Estadística: <http://www.bce.fin.ec/>
- Bogota, C. (s.f.). *Coimpresores Bogota* . Recuperado el 14 de noviembre de 2013, de <http://www.cipb.net/index.php?section=3>
- Burbano Mejía, H., & Altamirano Santillán, E. (2007). *Manual de Métodos y Técnicas de la investigación*.
- BURGWAL, G., & CUELLAR, J. (2000). Planificación Estratégica y Operativa. Quito: Abya Yala.
- CAPEIPI. (2011). *CAPEIPI*. Recuperado el 14 de 11 de 2012, de <http://www.capeipi.org.ec/grafico/>
- Caraggio, J. L. (2012). *Principios, instituciones y prácticas de la economía social y solidaria*. Recuperado el 5 de marzo de 2013, de www.coraggioeconomia.org/.../PRINCIPIOS_Y_PRACTICAS_FINA...
- Chavez Acurio , R. T. (Marzo de 2012). ANÁLISIS ESTRUCTURAL PARA OPTIMIZAR EL SECTOR. *ANÁLISIS ESTRUCTURAL PARA OPTIMIZAR EL SECTOR*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Chávez, R. (2012). *ANÁLISIS ESTRUCTURAL PARA OPTIMIZAR EL SECTOR GRÁFICO DE LA PARROQUIA SANTA PRISCA DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO Y SU INCIDENCIA EN EL MEDIO AMBIENTE*. Quito.
- CIRIEC. (2007). *LA ECONOMÍA SOCIAL EN LA UNION EUROPEA*. Recuperado el 5 de MARZO de 2013, de [observatoritercersector: http://www.observatoritercersector.org/pdf/centre_recursos/1_8_eco_03565.pdf](http://www.observatoritercersector.org/pdf/centre_recursos/1_8_eco_03565.pdf)
- CIRIEC. (2007). *LA ECONOMÍA SOCIAL EN LA UNION EUROPEA*. Recuperado el 6 de marzo de 2013, de http://www.observatoritercersector.org/pdf/centre_recursos/1_8_eco_03565.pdf
- Comercio Exterior.com*. (s.f.). Recuperado el 23 de junio de 2014, de <http://comercioexterior.com.ec/qs/content/sistema-ecuapass>
- ComercioExterior.com*. (s.f.). Recuperado el 8 de Mayo de 2012, de <http://comercioexterior.com.ec/qs/content/sistema-ecuapass>
- deconceptos.com*. (s.f.). Recuperado el 7 de Noviembre de 2013, de <http://deconceptos.com/general/proyecto>

Definicion.com. (s.f.). Recuperado el 27 de Junio de 2012, de <http://definicion.de/inversion/>

Definición.com. (s.f.). Recuperado el 10 de Mayo de 2012, de <http://www.definicion.com.mx/financiamiento.html>

DVOSKIN, R. (2009). *Funadamentos de Marketing*. Gránica.

Ecuador, P. E. (Miércoles 24 de Agosto de 2011). *Feria gráfica en Quito*. Recuperado el Martes 18 de Marzo de 2014, de *Feria gráfica en Quito*: <http://www.elpopular.com.ec/32940-feria-grafica-en-quito.html>

Ecuadorexporta.org. (s.f.). *Logística: Transporte*. Recuperado el 27 de Noviembre de 2012, de http://sim.ecuadorexporta.org/logistica/logis_transp.htm#

Emprendecuador. (04 de Enero de 2011). *¿Cómo conseguir financiamiento?* Recuperado el Lunes 12 de Mayo de 2014, de *¿Cómo conseguir financiamiento?*: <http://www.emprendecuador.ec/portal/index.php?module=Pagesetter&func=viewpub&tid=8&pid=35>

Fedexpor. (s.f.). *Industria Cartonera Asociada S.A.* Recuperado el Jueves 20 de Marzo de 2014, de *Industria Cartonera Asociada S.A.*: <http://www.fedexpor.com/directorio/empresas-exportadoras/item/industria-cartonera-asociada-sa-incasa>

Fisher, L., & Espejo, J. (s.f.). *Mercadotecnia* (Vol. Tercera Edición). Mc Graw Hill - Interamericana.

FLACSO - MIPRO. (2012). *Granda M.*

Granda. (2012). *FLACSO - MIPRO.*

Guerra, P. (2002). *Teoría y Prácticas de la Socioeconomía de la Solidaridad*. Recuperado el 5 de marzo de 2013, de <http://www.cafolis.org/images/stories/File/consolidacionconcepto.pdf>

HOY. (Agosto de 2009). *Arancel frena a industria gráfica*. Recuperado el Martes 18 de Marzo de 2014, de *Arancel frena a industria gráfica*: <http://www.hoy.com.ec/>

HOY, D. (Viernes 1 de Septiembre de 2006). *La industria gráfica generó USD 250 millones en el 2005*. Recuperado el Martes 18 de Marzo de 2014, de *La industria gráfica generó USD 250 millones en el 2005*: <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/la-industria-grafica-genero-usd-250-millones-en-el-2005-244220.html>

<http://deconceptos.com/general/proyecto>. (s.f.).

- iContainers. (2011). Recuperado el 8 de mayo de 2013, de <http://www.icontainers.com/ayuda/bl-bill-of-lading/>
- INEC. (2010). *Ecuador en cifras*. Recuperado el Marzo de 2014, de Ecuador en cifras: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
- INEC. (2014). *Ecuador en cifras*. Recuperado el Noviembre de 2013, de Ecuador en cifras.
- INEC. (2014). *Inflación*. Quito: Inec.
- Instituto de promoción de Exportación e Inversiones de Ecuador. (2013). *Proecuador*. Recuperado el noviembre de 6 de 2013, de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms/>
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones*. (s.f.). Recuperado el 21 de Junio de 2012, de <http://www.proecuador.gob.ec/servicio-al-exportador/intercoms/>
- Jalon Ubilla, E. (2007). *MEMORIAS DE LA INDUSTRIA GRAFICA*. Guayaquil: GRANIDEA S.A.
- KOTLER, P. (2001). Dirección de Marketing. México: Pearson Educación.
- Kotler, P. (s.f.). *Dirección de Mercadotecnia*. Prentice Hall.
- KOTLER, P., & ARMSTRONG, G. (2003). Fundamentos de marketing. México: Prentice Hall, sexta edición.
- Lara, B. (2010). *Cómo elaborar Proyectos de Inversión paso a paso*. Quito: Oseas Espín.
- Lara, B. (2010). *Cómo elaborar Proyectos de Inversión paso a paso*. Quito: Oseas Espín.
- leet. (s.f.). Recuperado el 09 de mayo de 2014, de <http://www.leetu.com/2010/03/21/importancia-de-determinar-la-demanda-potencial/>
- Leetu. (s.f.). Recuperado el 9 de Mayo de 2012, de <http://www.leetu.com/2010/03/21/importancia-de-determinar-la-demanda-potencial/>
- León, R. A., & González, S. C. (2011). *Metodología de la Investigación Científica*. Habana: Universidad de la Habana.
- Lopera García, et all. (2009). *CONTRIBUCIONES DE LA ECONOMÍA SOLIDARIA AL DESARROLLO LOCAL: ELCASO DEL ALTIPLANO NORTE DEL DEPARTAMENTO DE ANTOQUIA*. Recuperado el 6 de marzo de 2013, de REDALYC: UNIVERSIDAD DE MEDELLIN: COLOMBIA: <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/1650/165013122006.pdf>
- M, G. (2012). *FLACSO - MIPRO*.

- Miranda, J. (2005). *Gestión de Proyectos: Evaluación Financiera, Económica Social y Ambiental*. Bogotá: MM Editores, 5ta Edición.
- Noticias Hoy*. (s.f.). Recuperado el 1 de Junio de 2012, de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/aforo-automatico-ayuda-a-la-desaduanizacion-461578.html>
- Permanente, S. G. (2012). *CONLATINGRAF*. Recuperado el 01 de OCTUBRE de 2013, de <http://www.conlatingraf.org/>
- PRIDE, W., & FERREL, O. (1986). *Marketing decisiones y conceptos básicos*. México: Interamericana.
- Rodríguez, J. (2001).
- Rodríguez, J. (2001). *Cómo aplicar la Planeación Estratégica a la Pequeña y Mediana empresa*. Thoson Learning.
- Romero, R. (s.f.). *Marketing*. Palmir E.I.R.L.
- Segovia Segovia, M. E. (11 de OCTUBRE de 2013). REFERENCIA DE COOPERATIVISMO EN LA AIG. (T. G. Gonzalez Aguilera, Entrevistador)
- Segovia, M. (4 de Noviembre de 2013). la Imprenta. (T. Gonzalez, Entrevistador)
- SENPLADES. (2009-2013). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Quito.
- Suárez, M. (2004). *Monografías*. Recuperado el Lunes 6 de Enero de 2014, de Monografías: <http://www.monografias.com/trabajos87/calculo-del-tamano-muestra/calculo-del-tamano-muestra.shtml>
- Superintendencia de Compañías. (s.f.). *Portal de Información*. Recuperado el Jueves 20 de Marzo de 2014, de Portal de Información: http://181.198.3.71/portal/cgi-bin/cognos.cgi?b_action=xts.run&m=portal/cc.xts&m_tab=iD817024CE777485FB910958FE825CA87
- Todo Comercio Exterior. (13 de Enero de 2013). *Todo Comercio exterior.com*. Recuperado el 24 de Abril de 2013, de <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/declaracion-aduanera-de-importacion>
- Vitarelli, M. F. (marzo de 2009). *ECONOMÍA SOCIAL, DESARROLLO LOCAL Y EDUCACIÓN*. (eumed.net, Ed.) Recuperado el 6 de marzo de 2013, de Revista académica semanal, vol. 1, No. 1: http://www.eumed.net/rev/ced/01/desarrollo_local_y_educacion.htm

Web y Empresas. (s.f.). Recuperado el 9 de Mayo de 2012, de <http://www.webyempresas.com/los-tipos-de-demanda/>

Wells, R. (2007). *Introducción a la Economía, Macroeconomía.*

www.desarrollosocial.gob.ec. (s.f.). Recuperado el 2013 de Noviembre de 12, de <http://www.desarrollosocial.gob.ec/economia-popular-y-solidaria/>

www.hoy.com.ec. (s.f.). Recuperado el 13 de Noviembre de 2013, de hoy.com.ec: <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/la-industria-grafica-crece-pese-a-costos-222413.html>

Yépez, A. (2002). *Investigación Científica en Derecho.* Ecuador: Publicaciones de Legislación.

ANEXOS

Anexo 1 Modelo de encuesta

Universidad Politécnica Salesiana –Sede Quito

Escuela: Administración de Empresas

ENCUESTA

Objetivo: La presente encuesta tiene por objeto determinar la factibilidad para la creación de un centro de servicios en importaciones para el sector gráfico de la ciudad de Quito.

Le pedimos que llene la encuesta con sinceridad ya que nos ayudará a una investigación de tesis de grado, por lo cual su información es valiosa y necesaria.

Edad: _____

Género: _____

Instrucción: Moléstese colocar una "X" en la opción que mejor identifique su criterio.

Nombre de la empresa en la que labora _____

Edad de la empresa _____

Nombre del propietario _____

1) Grado de instrucción del propietario:

a) Primaria _____

b) Secundaria _____

c) Superior _____

d) Maestría _____

2) ¿El local donde usted trabaja es?

a) Propio _____

b) Arrendado _____

3) ¿Para poder trabajar en este local tuvo que modificarlo?

a) Sí _____ b) No _____

4) ¿Cuántos empleados tienen trabajando en su empresa? _____

5) ¿Cuántas máquinas tiene funcionando en su local? _____

6) ¿Qué tipo de servicio brinda a sus clientes?

a) Encuadernado _____

b) Guillotinado _____

c) Barnizado _____

d) Impresión _____

e) Diseño gráfico y asesoría _____

f) Especifique otro _____

- 7) ¿Tiene convenios con otras empresas gráficas del sector?
a) Sí ___ b) No___
- 8) ¿Estaría interesado en contar con un servicio de importaciones para el sector gráfico?
b) Sí ___ b) No___
- 9) ¿Adquiere equipos para su imprenta frecuentemente?
a) Sí ___ b) No___
- 10) ¿La maquinaria, repuestos o insumos que requiere en su trabajo tienen altos costos?
a) Sí ___ b) No___
- 11) ¿Considera importante la creación de un centro de servicios de asesoramiento en importaciones para el sector gráfico?
a) Sí ___ b) No___
- 12) ¿Qué tipo de proveedores prefiere?
a) Nacional ___ b) Extranjera___
- 13) ¿Formaría usted parte de una asociación creada con el fin de integrar a las pequeñas imprentas facilitando sus procesos de importación?
a) Sí ___ b) No___
- 14) ¿Cuál de los siguientes servicios tendría preferencia al momento de acudir a este centro de servicios en importaciones?
a) Precio ___ b) Calidad___ c) Marca___ d) Asesoría___
- 15) ¿Qué tipo de proveedores de maquinaria, repuestos e insumos gráficos conoce?
- 16) ¿Qué centros de servicios en importaciones para el sector gráfico conoce?

Anexo 2 Observación directa

Tema: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS EN IMPORTACIONES PARA EL SECTOR GRÁFICO DE LA CIUDAD DE QUITO

Subtema: Características de las pequeñas imprentas

Lugar: Parque América – Distrito Metropolitano de Quito

Fuente: Dueños de pequeñas imprentas.

Fecha: 03 de marzo de 2014.

Los dueños de las pequeñas imprentas tienen en sus negocios maquinaria extranjera (2 a 3 equipos), mismas que requieren de mantenimientos y cambios de repuestos continuamente.

Se puede observar que los insumos que usan principalmente son papel, tinta, químicos, solventes, que adquieren de acuerdo al consumo sin planificación previa.

Los repuestos e insumos los adquieren a través de intermediarios nacionales por el poco conocimiento de Comercio Exterior y falta de fuentes de financiamiento para incursionar en el mercado internacional